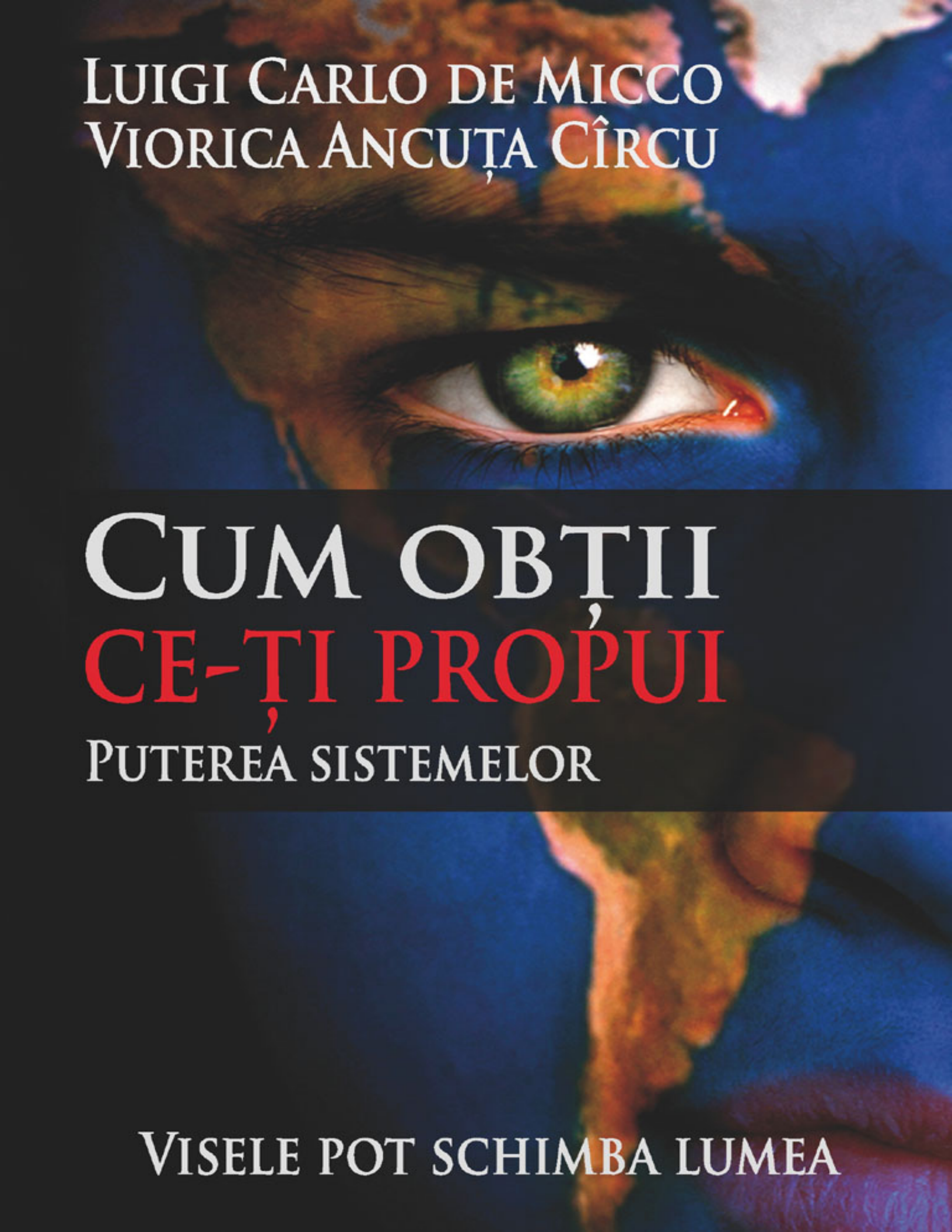


A close-up, artistic photograph of a person's face. The person has dark, heavily lined eyes and a striking green contact lens in their right eye. Their skin is painted with vibrant, multi-colored patterns in shades of blue, orange, and yellow. The background is dark and out of focus.

LUIGI CARLO DE MICCO
VIORICA ANCUȚA CÎRCU

CUM OBȚII
CE-ȚI PROPUI
PUTEREA SISTEMELOR

VISELE POT SCHIMBA LUMEA



LUIGI CARLO DE MICCO
VIORICA ANCUȚA CÎRCU

CUM OBTII
CE-ȚI PROPUI
PUTEREA SISTEMELOR

VISELE POT SCHIMBA LUMEA

Luigi Carlo De Micco
Viorica Ancuța Cîrcu

Cum obții ce-ți propui
Puterea sistemelor

Traducerea și adaptarea: Șerban Căpățână

Books on Demand

**„Singurul criteriu util este eficacitatea unei abordări
în comparație cu altele.”**

Prof. Dr. Paul Watzlawick

Cuprins

Pierdut în Africa (1)

RĂPIREA

SĂ ÎNCEAPĂ DANSUL

KNOW-HOW-UL COMUNICĂRII

În căutarea celor mai bune soluții

GREȘALA PRIMORDIALĂ

Ce nu se știe despre psihologie

PRACTICA

TEORIA

PSIHOLOGIE ȘI MANIPULARE

SUGESTIE ȘI HIPNOZĂ

Cercetarea comunicării

MOȘTENIREA LUI WATZLAWICK

În culise: Cum iau naștere războaiele

MOTIVE DE RĂZBOI

EXPERIMENTE ÎN DOMENIUL COMUNICĂRII

STUDIAREA CONFLICTELOR ȘI STUDIAREA PĂCII

RĂZBOIUL LUI BUSH

Motivale nevăzute ale războaielor

DOUĂ SISTEME

MODUL DE COMUNICARE

ÎNCĂ O DATĂ: SISTEMELE

Puterea sistemului

ADEVĂRUL ȘI NUMAI ADEVĂRUL

ȘMECHERIA CU SISTEMELE

REGULILE JOCULUI

SISTEM VS. SISTEM

SCENE DINTR-O CĂSĂTORIE

Scandalul vălului și alte războaie de sistem

CE AR TREBUI SĂ ȘTIȚI DESPRE ACTORII DIN CADRUL

SISTEMULUI

SĂ NU FURI
PRESIUNEA SISTEMULUI
O VIZITĂ ÎN INVERN
ÎNCĂ O DATĂ: ACTORII SISTEMULUI
ATÂT DE IMPORTANT ESTE FOSTUL/FOSTA?
FORME ABSURDE ALE UNUI SISTEM
Mafia - sau privind sistemele din exterior și din interior
LUPTA RIGUROASĂ PENTRU REGULI ȘI PRINCIPII
O JOACĂ PERFIDĂ
GAFĂ UNUI TRAINER CUNOSCUT
SISTEME CARE REZIDĂ ÎN LIMBAJUL TRUPULUI
CUM SE RELEVĂ SISTEMELE
SCENA GOTICĂ
Atacarea unui sistem
REGULI PROPRII
VALORILE PERSONALE
SISTEME CARE SE AUTOPROTEJEAZĂ
Lupta pentru propria realitate
NEBUNIA CRIMINALĂ
CUNOAȘTEREA SISTEMELOR
PUBLICITATEA – BANI ARUNCAȚI ÎN FOC
Geniul lui Cristofor Columb
RETROSPECTIVĂ
ÎNVIINGEREA SISTEMELOR
COLUMB, PETIȚIONARUL
STUDIAREA SISTEMULUI
PENETRAREA SISTEMULUI
Sistemul numit comunicare sau încercări de influențare în mediul politic
RĂZBOIUL DEMOCRAȚILOR
RĂZBOIUL REPUBLICANILOR
CAMPANIILE PREELECTORALE
CAMPANIA ELECTORALĂ
Utilizarea inteligentă a sistemelor

POZIȚIONAREA DEASUPRA UNUIA SAU MAI MULTOR
SISTEME

Comunicarea și un nou mod de a gândi

EVALUAREA SUBIECTIVĂ

DIFERENȚE PE PLANUL RELAȚIILOR

ADEVĂRUL ADEVĂRAT

ÎNTREBUIȚARE

NECUNOScutUL

PROBLEME ȘI SOLUȚII

DESPRE ARTA DE A GĂSI SOLUȚII

NOUL MOD DE GÂNDIRE

Gândind în afara sistemului

ANALIZA SUCCESULUI

Nu putem să nu comunicăm

Fii spontan și iubește-mă

DESPRE SENSUL ȘI NONSENSUL PUBLICITĂȚII

DICTOANELE POLITICIENILOR

REZULTATUL

INFLUENȚAREA PRIN PARADOXURI

CUM GÂNDESC PROBABIL OAMENII

ANGAJATUL NEFUNCȚIONAL

UN CERC VICIOS

Dubla constrângere comunicativă

CUM SE NAȘTE DUBLA CONSTRÂNGERE

Cine conduce în cadrul unui sistem?

DESPRE ARTA INFLUENȚĂRII

ÎNCĂ O DATĂ: CAMPANIA ELECTORALĂ

PSIHOLOGIA ÎN PUBLICITATE

Femeile și bărbații sunt diferiți - unii chiar foarte diferiți

Atitudinea Pease...

SISTEMUL BĂRBAT-FEMEIE

NAȘTEREA IDEOLOGIEI GENETICE

DESPRE ARTA DE A DISTORSIONA REALITATEA

CÂTEVA DEFINIȚII

CE NU FUNCȚIONEAZĂ

CE FUNCȚIONEAZĂ
O ABORDARE COMPLET NOUĂ
Cum putem schimba părerile
DESCHIDERE PRIN IRITARE
POLITICA ȘI ISTORIA
Ce ne învață maestrii Zen
CE POATE FACE O DEZORDINE PROVOCATĂ
RĂZBOIUL RECE, DIN PUNCT DE VEDERE SISTEMIC
RĂZBOIUL SISTEMELOR
O SCURTĂ ANALIZĂ
Soluționarea conflictelor
CUM SE INSTIGĂ LA RĂZBOI
O CRITICĂ LA ADRESA CRITICII
HEI, EU AM DREPTATE!
Fenomenul gelozie
DRAMA GELOZIEI
CONCEDIEREA
O CHINTESENȚĂ
O critică la adresa criticii
CRITICA ȘI SISTEMELE
MALLORCA, MALLORCHEZILOR
FASOLE CU CEAPĂ
REALITĂȚI SUBIECTIVE
Dominare prin subdominare
INTERVIUL DE ANGAJARE
VÂNZĂTORUL DE MAȘINI
GASTRONOMUL ARTIST
SENSUL ȘI NONSENSUL EXISTENȚEI
SITUAȚII LIMITĂ
BIETUL AL CAPONE
CUM NE RIDICĂM DEASUPRA SISTEMELOR
Comunicarea în istorie
CRIZA CUBANEZĂ
CÂND SUNTEM ATACAȚI
ÎNCĂ O DATĂ: BĂRBAȚII ȘI FEMEILE
O SOLUȚIE POSIBILĂ: METACOMUNICAREA

„DE CE SE ÎNTÂMPLĂ” E NEIMPORTANT
SEMINI NEPRIETENOȘI
RENUMITA VANITATE
CUM S-AR FI PUTUT EVITA AL DOILEA RĂZBOI MONDIAL
CELĂLALT MOD DE A PROCEDA

Cum ne folosim de critică

DE CE AR TREBUI ÎNTR-ADEVĂR SĂ IUBIȚI CRITICA
POSIBILITĂȚI DE INFLUENȚARE
LIBERUL-ARBITRU
REGULILE

EPOCA MCCARTHY
AKBAR – „MARELE REGE”

Teorie și practică

TREBUIE SĂ ȘTIM SĂ NE VINDEM?
CICATRICI, BĂTĂTURI ȘI ALTE POVEȘTI EROICE
STRATEGIE ȘI TACTICĂ
CUM SĂ ACȚIONAȚI TACTIC

Convingeți și influențați - Metode și aplicații

Aplicare practică și exemplificări

TEHNICA ÎNTREBĂRILOR POZITIVE
VIZUALIZAREA COMPORTAMENTULUI DORIT
OAMENII VOR SĂ FIE IMPORTANȚI
TEHNICI DE CONVINGERE
POSIBILITĂȚI DE APLICARE ÎN CAZUL ANGAJAȚILOR
PARTEA REALĂ ȘI CEA IDEALĂ A DECIZIILOR
ȘEFUL ÎNȚELEPT
CUM SĂ ABORDAȚI RECLAMAȚIILE
TACTICA COMUNICĂRII INDIRECTE
ÎN CHESTIUNI DE AMOR
EVITAȚI CERTURILE
ÎNȚÂMPINAȚI CRITICA PRIN INIȚIATIVĂ
SIMPATIE PRIN EMOȚIONALITATE
DESPRE DECIZII
INTERES PRIN COMPASIUNE ȘI ÎNȚELEGERE
ÎMBRĂCAȚI PROPRIILE DVS. DORINȚE ÎN AVANTAJE
DESPRE DRAGOSTE

EDUCAȚIA

WISELE POT SCHIMBA LUMEA

Totul, doar manipulare?

REVOLUȚIA INDUSTRIALĂ

ȘTIINȚA DĂTĂTOARE DE ȘTIINȚĂ

MEDIUL POLITIC

MANIPULAREA MANIPULĂRII

Pierdut în Africa (2)

RĂPIREA

Mulțumesc frumos!

Autorul

DE MICCO & FRIENDS

CONSULTANȚĂ ÎN INVESTIȚII ȘI DERULAREA

TRANZACȚIILOR

FUZIUNI ȘI ACHIZIȚII

INVESTIȚII, PARTENERI STRATEGICI ȘI CLIEȚI

CONSULTING SERVICES

CONSULTANT PENTRU GUVERNE ȘI INSTITUȚII

Listă bibliografică

Pierdut în Africa ([1](#))

Așternând această carte pe hârtie, am intenționat să vă prezint o nouă metodă a comunicării, care vă poate oferi rezultate incredibile. Permiteți-mi să mă entuziasmez un pic: ea poate chiar să redefinească întreaga viață, poate deschide orizonturi nebănuite în sfera privată și poate ridica relațiile la un nivel mult mai înalt. În același timp, mai ales în sfera profesională și, sunt convins, chiar și la nivel suprastatal, ea poate induce o serie întreagă de rezultate ale căror dimensiune nu a fost evaluată cu adevărat până în acest moment.

„Toate acestea să fie posibile numai și numai prin comunicare?”, ați putea întreba sceptici.

Cred că da, iar dincolo de asta sunt convins că am dovedit prin numeroase exemple, că metoda funcționează.

Această metodă vă oferă posibilitatea de „a obține ce vă doriți”, după cum spune și titlul acestui volum, și cred că nu m-am întins prin asta mai mult decât îmi permite plapuma. Ea vă oferă mijloace și posibilități de influențare a atitudinii celorlalți – de exemplu față de dumneavoastră – în caz ideal, exact așa cum vă doriți dumneavoastră. O forță nu lipsită de importanță!

După cum am spus, am avut posibilitatea de a verifica această metodă în repetate rânduri, chiar și cu ocazia unui eveniment în care era vorba despre viață și moarte; iată-mă astfel ajuns la un eveniment care m-a marcat profund și, ca să fiu sincer, mă mai marchează și în ziua de astăzi.

RĂPIREA

Permiteți-mi să schimb subiectul, fără altă introducere.

Este doar aparent vorba despre un alt subiect, căci și în acest caz *comunicarea* reprezintă esența întâmplării, mai bine zis o anumită metodă de comunicare.

Una dintre cele mai puternice și mai tragice întâmplări și totodată unul dintre cele mai bune exemple pentru faptul că elementul comunicării este o armă care poate înmuia chiar și puncte de vedere „dintre cele mai ferme” și care poate schimba modele comportamentale din cele mai rigide, a fost răpirea unui prieten foarte drag. Vă rog să înțelegeți că din considerente de confidențialitate față de familia prietenului meu, voi renunța la numele reale ale persoanelor implicate, precum și la denumirea locațiilor în care s-au derulat evenimentele.

Prietenul meu – să-l numim pur și simplu *Thomas* – a ajuns să fie victima unei răpiri. În mod normal acesta este materialul unui roman polițist mai mult sau mai puțin bun, dar vă pot garanta că situația emoțională e cu totul alta, când ești confruntat tu însuși cu o asemenea situație. Thomas a fost ademenit prin prezentarea unor premize mincinoase, dar foarte credibile, într-un stat african. Permiteți-mi să nu divulg nici numele acestuia. Pe scurt, credea că va încheia o afacere foarte profitabilă. Familia prietenului meu a apelat imediat la ambasada locală, care a refuzat însă orice fel de ajutor, întrucât au considerat este vorba despre o situație de jurisprudență și nu de una umanitară. După două săptămâni de așteptări și de frică s-a concretizat în cele din urmă o discuție cu răpitorii, care semnalau că ar fi dispuși să negocieze. Cererea de răscumpărare se ridica la 500.000 USD. Răpitorii se arătau dispuși să negocieze cu doi avocați ai familiei prietenului meu, care, pentru un onorariu considerabil, s-au și întâlnit în Africa cu răpitorii. Cei doi avocați argumentau desigur juridic, adică făceau referire la dreptul internațional, amenințau cu consecințe importante și blufau argumentând că ar avea sprijinul guvernului... Întâlnirea nu a durat mai mult de 20 de minute. După care răpitorii sau reprezentanții acestora pur și simplu i-au dat afară pe avocați.

Abia la o lună după răpire am aflat de tragicul eveniment. Soția prietenului meu mă sună și îmi descrie situația. Prietenul meu Thomas se afla deja într-o situație medicală precară, deoarece răpitorii nu îi asigurau asistență medicală adecvată. După toate probabilitățile contactase o febră tropicală foarte puternică. Soția sa era foarte îngrijorată și mă ruga disperată să o ajut. Încercase cu adevărat absolut totul. La ultima convorbire telefonică care i se acordase, soțul ei îmi pronunțase de mai multe ori numele și o rugase să ia legătura cu mine. Mă ruga deci insistent să îi ajut și să încep negocierile cu răpitorii. În principiu era dispusă să-i plătească pe răpitori. Însă îmi semnala în același timp, că nu va reuși să strângă suma pretinsă de 500.000 USD. Cu ajutorul prietenilor și familiei reușise să adune 120.000 USD. Banii puteau fi utilizați imediat. Trebuia să excludem intervenția autorităților locale și a poliției, întrucât din păcate în această țară africană nu puteai conta pe ajutorul lor. Persoane din interior ne avertizau explicit să nu implicăm autoritățile, deoarece ar exista posibilitatea ca reprezentanții acestora să încerce să profite de pe urma tranzacției, fapt care ar fi făcut și mai dificil procesul de eliberare.

O situație groaznică pentru toți cei implicați! Pentru mine era dincolo de orice dubiu că trebuia să îmi ajut prietenul. Fără să-mi dau seama m-am văzut confruntat cu o responsabilitate cum nu-mi mai așmasem nicicând. Aici nu era vorba de o afacere oarecare, era vorba de viața unui om și, mai presus de toate, acest om îmi era prieten. Pentru început am analizat atent ce se întâmplase până atunci și ce greșeli posibile se făcuseră. Apoi am purces la colectarea tuturor informațiilor posibile privind țara respectivă și situațiile de acest gen. Am purtat discuții îndelungate cu cei doi avocați, care, după cum am spus, fuseseră trimiși înapoi acasă. Ei recomandau, furioși pe evoluția evenimentelor, să implicăm autoritățile

internaționale și eventual să informăm presa pentru a atrage atenția publicului asupra acestui caz, ceea ce ar putea duce chiar la mobilizarea unor politicieni. Ei pledau pentru sporirea presiunii asupra răpitorilor, care, în opinia lor, aveau sprijinul unor instanțe superioare.

Eu m-am exprimat hotărât împotriva acestui plan. În opinia mea, era clar faptul că răpitorii nu s-ar fi arătat impresionați de astfel de mijloace. Chiar din contră, pur și simplu au savurat momentul în care i-au trimis pe cei doi avocați elvețieni înapoi acasă. Prin acest act și-au demonstrat *puterea*. Un comunicat de presă, care ar fi atacat indirect întreaga țară și ar fi întărit prejudecățile deja existente, ar fi trecut neobservat și cred că i-ar fi lăsat rece pe răpitori. Mai mult! Nu puteam exclude posibilitatea ca răpitorii să-și savureze astfel chiar mai mult puterea, întrucât nu arareori gangsterii iubesc lumina reflectoarelor și își savurează brusc câștigata faimă la fel cum albinele savurează un borcan cu miere deschis.

Cei doi avocați se prezentaseră răpitorilor în calitate de juriști competenți, celebri și în mod evident extrem de scumpi. Singurul rezultat pe care-l obținuseră, era să reconfirme răpitorilor faptul că într-adevăr reușiseră să prindă un pește mare în năvod. Deoarece o persoană care își putea permite avocați atât de scumpi, trebuia să fie extrem de bogată.

Din păcate, tocmai contrariul era cazul. În ultimii ani, prietenul meu nu avusese o mână prea bună în afaceri, respectiv înregistrase pierderi importante. Probabil că presiunea financiară îl făcuse să se aventureze într-o situație atât de evident riscantă, pe care în mod normal ar fi evitat-o.

Situația era cu adevărat încurcată. Răpitorii plecau de la o premiză complet greșită în ceea ce privea situația financiară a victimei lor, care nu părea să poată fi corectată după

evenimentele care avuseseră loc. Am putea spune că structurile erau înghețate. Pentru a mai pune paie pe foc, răpitorii anunțaseră că nu vor mai permite niciun fel de contact cu victima, până la achitarea întregii sume. Cunoscând situația financiară a prietenului meu, pretențiile erau complet iraționale, însă perfect plauzibile pentru răpitori. Pe de altă parte, timpul presa neîndurător, întrucât, după cum am mai spus prietenul meu era foarte bolnav. De fapt starea sa de sănătate se înrăutățea progresiv. Datorită situației generale din respectiva țară, nu se puteau folosi metode legale clasice. Într-adevăr, fără a exagera, era vorba de viață și de moarte.

M-am aruncat atunci cu adevărat asupra sarcinii mele și am căutat nopți întregi pe internet cazuri similare. În plus, am sunat tot felul de prieteni, pentru a afla care dintre ei se mai confruntase cu o astfel de situație, respectiv se preocupase cu acest subiect. Pe scurt, am strâns tot ce mi se părea a fi într-un oarecare fel important sau relevant. În cele din urmă m-am hotărât să zbor în acel stat african, pentru a-mi face o imagine despre orașul în care fusese răpit prietenul meu. Aproape toți cei cu care am discutat erau de părere că prietenul meu se mai afla încă acolo. Planul meu consta în primul rând în crearea unei imagini asupra locurilor și oamenilor, dezvoltarea un eventual concept de evadare după eliberare, localizarea unor spitale și medici privați și informarea asupra unui serviciu de pază și protecție sau a unei eventuale gărzii de corp. Dar acest plan de călătorie eșuă, deoarece nu am reușit să intru în respectiva țară. La prima mea aterizare mi s-a spus că documentele mele de călătorie nu sunt în regulă și că problema nu putea fi rezolvată în aeroport. După o scurtă discuție, am fost însoțit de doi funcționari înapoi în avionul cu care venisem. Era un coșmar. M-am întors în Spania, de unde operam pe atunci, și m-am adresat imediat ambasadei din Madrid a respectivului stat african, unde am reușit să discut însuși cu ambasadorul. Acesta mi-a promis, în cadrul unei discuții foarte

confidențiale și prietenoase, că în termen de trei zile îmi va emite o viză nouă, valabilă.

Așadar am așteptat aceste trei zile în Madrid, stând parcă pe cărbuni încinși. Apoi m-am reîntors la ambasadă, unde mi s-a comunicat că nu mi se putea emite viza, întrucât aparent lipseau informații. La întrebarea mea, ce informații lipsesc de fapt, mi s-a spus cu o atitudine nu prea prietenoasă, că ar trebui să transmit în scris respectivele informații. Am insistat, însă nu am putut afla ce informații lipseau. Se repeta în mod constant că aș face bine să transmit documentele lipsă. Ambasadorul cel prietenos se afla desigur într-o călătorie de serviciu și nu putea fi contactat. Situația părea a fi lipsită de orice speranță. Am strâns din dinți și mi-am încercat apoi norocul la ambasadele din Paris și Berlin. Desigur, toate încercările mele s-au soldat cu același rezultat. Era evident că numele meu ajunsese pe o listă neagră, motiv pentru care mi se închideau toate ușile în nas. Și nu mă înșelam. Am aflat ulterior că unul dintre avocați menționase numele meu în discuțiile cu răpitorii. Providența mi-a sărit însă în ajutor.

SĂ ÎNCEAPĂ DANSUL

Nu mi-e rușine să recunosc, că a existat un moment în care aproape capitulasem, când însă am dat din întâmplare peste un articol privind o răpire din America Latină. Datorită numeroaselor mele călătorii în regiunea respectivă, oamenii și locurile de acolo îmi erau binecunoscute. Într-o oarecare măsură, răpirile sunt acolo la ordinea zilei. În articol era vorba despre o firmă, al cărei obiect de activitate este într-adevăr mijlocirea în cazuri de răpire, între răpitori și familiile victimelor sau firmele ai căror angajați fuseseră răpiți. Un birou de brokeraj în domeniul răpirilor!

Brusc am fost cuprins de o exaltare puternică, deoarece mi se părea a fi un mod de abordare foarte inteligent, demn de

luat în considerare.

Bineînțeles că și scopul celor doi avocați fusese mijlocirea. Însă ei nu își asumaseră cu adevărat rolul de *mijlocitor*, ci – conform naturii funcției lor – de reprezentanți remunerați ai unei a dinte părți. Astfel, ei nu erau neutri, ci, din punctul de vedere al răpitorilor, *atacatori*.

Articolul relata faptul că majoritatea negocierilor decurgeau într-adevăr telefonic sau prin intermediul aparatelor de emisie recepție. Deja dinainte de aventuroasa idee a călătoriei în respectiva țară, luasem în considerare opțiunea de a stabili un contact telefonic cu răpitorii pentru a evita riscurile, dar renunțasem mai apoi la această idee, deoarece nimic nu poate înlocui prezența în carne și oase. Însă faptul că astfel de situații pot fi soluționate de la distanță îmi dădea din nou speranțe și am început imediat să analizez în gând posibilele convorbiri.

Astfel a luat naștere planul de a intra în contact verbal cu răpitorii și de a mă prezenta în rolul unui mijlocitor, pentru a ajunge în acest fel *între* cele două părți, fiind astfel într-o oarecare măsură și de partea răpitorilor. Premisa era – așa mă gândeam eu – că trebuia să câștig cât mai multă credibilitate, pentru a-i putea convinge apoi pe răpitori să accepte o înțelegere care nu se apropia nici pe departe de așteptările lor inițiale.

Am încercat să intru în pielea unui mijlocitor tipic, să înțeleg ce se așteaptă de la el. Avantajele rolului de simplu mijlocitor îmi deveneau tot mai clare. Mijlocitorii se află *într-adevăr* între cele două părți. Mijlocitorii au de obicei interese *proprii*, foarte clare, și anume obținerea unui comision (cât se poate de mare). Așadar, mijlocitorii au mare interes în reușita unei afaceri, întrucât în caz contrar nu există niciun comision. Prin urmare, mijlocitorii trăiesc – altfel decât avocatul, care emite o factură, indiferent dacă are succes sau nu, după cum știm din păcate cu toții – din *succesul*

unei afaceri. Pentru a avea succes, mijlocitorul nu are voie să fie o parte implicată, însă trebuie să creeze ambelor părți impresia că susține respectiva parte.

După ce am analizat tot felul de posibilități și am mai parcurs încă o dată cu gândul conversațiile posibile, am reușit după câteva zile să intru într-un prim contact cu răpitorii. Cerusem avocaților să îi anunțe că se retrag din afacere, deoarece pe de o parte ar mai exista o factură neplătită, iar pe de alta, familia ar dori să apeleze la un mijlocitor profesionist, specializat în astfel de situații. Faptul că nu se negociase încă asupra unei sume concrete de răscumpărare, care ar fi putut fi plătită de către familie, era bineînțeles în avantajul planului meu. Pentru început, intenționez să folosesc această conjunctură pentru a mă poziționa cât mai bine ca mediator neutru.

În această primă discuție, pe care am purtat-o online, prin *Skype*, la fel ca și următoarele – pentru a evita localizarea numărului meu de telefon – nu le-am oferit răpitorilor nicio altă informație legată de persoana mea în afară de numele meu. Eram foarte simplu *Karl*, un neamț, care locuiește în mod normal în America Latină și care lucrează în domeniul intermedierei.

Nu a durat mult și am ajuns la întrebarea esențială. L-am întrebat pe interlocutorul meu – care vorbea spre mirarea mea o engleză foarte bună, lipsită de accent – despre ce sumă vorbim de fapt? Interesul meu se justifica prin faptul că lucrez pe bază de comision. În acest fel am câștigat foarte repede o anumită încredere din partea interlocutorului meu, despre care presupuneam că nu este unul dintre răpitori, ci doar fusese trimis la înaintare. Mi-a răspuns că „nota de plată” este de 500.000 USD. I-am replicat imediat că, din punctul meu de vedere, comisionul ar trebui calculat la 30%, pentru că altfel nu lucrez. În afară de asta am precizat că mă aștept să fiu plătit cash, cel târziu la predare. În replică, îmi spuse că trebuie mai întâi să clarifice acest aspect, la care i-am răspuns că pe viitor

doresc să discut cu cineva care poate lua deciziile pe loc. În același timp, îl rugam să mă înțeleagă, întrucât nu ar fi eficient să pierdem timpul, timpul însemnând bani. În încheiere mă întrebă dacă nu vreau să știu cum se simte bărbatul (prietenul meu). Imediat i-am explicat că nu mă interesează cum se simte, căci nu îl cunosc și nici nu vreau să-l cunosc. Singurul lucru care m-ar fi interesat era dacă se mai afla în viață, pentru că, după cum știm, nu se plătește decât pentru marfă vie. Și deoarece plecam de la premisa că și ei (răpitorii) își puteau primi banii doar dacă era vorba despre „marfă vie”, întrebarea ar fi inutilă din ambele puncte de vedere.

Am cerut un termen pentru următoarea convorbire și am închis.

Strategia funcționa. Pesemne acceptaseră poziția mea de negociator rece ca gheața, a cărei acțiuni se sustrag oricăror interese personale sau emoționale. Creasem impresia că mă interesează doar încasarea propriului comision. Au urmat alte trei discuții asemănătoare, în care aduceam în mod intenționat discuția asupra comisionului și modului de plată, precum și asupra acțiunilor ulterioare. La a doua discuție am avut într-adevăr parte de același interlocutor, însă acum putea să răspundă imediat la toate întrebările decizionale; fără dubiu se mai afla o altă persoană de față care avea competența necesară de a lua decizii pe loc. Până în acest moment evitasem să discut despre suma reală de răscumpărare. Adevărul gol-goluț era însă acela că la început nu aveam nici cea mai mică idee cum să cobor de la cei 500.000 USD solicitați, la 120.000 USD. În orice caz un pas important al planului meu reușise. În calitate de negociator rece ca gheața, mă aflam în aceeași barcă cu răpitorii, sau mai bine spus mă aflam în *sistemul* lor. Eram evident de partea lor; aveam aceleași interese, respectiv acela de a încheia în cel mai scurt timp afacerea, și anume în cele mai bune condiții. Din punctul de

vedere al gangsterilor, era deci și în interesul meu personal, elementar, să obțin o sumă de răscumpărare cât mai mare, întrucât comisionul meu ar fi fost în mod corespunzător mai mare.

În ceea ce privește comisionul meu, l-am coborât cu intenție pas cu pas, prin negociere, până la 20%, oferind astfel un avantaj părții adverse și reconfirmându-i concomitent propria poziție de putere...

KNOW-HOW-UL COMUNICĂRII

În acest moment nu am cum să eludez subiectul concret al know-how-ului comunicării la care am făcut referire la început, fără de care continuarea poveștii nu ar fi decât o simplă istorisire și nu ar putea fi înțeleasă din punct de vedere al tehnicilor de comunicare utilizate.

Într-adevăr, pe parcursul acestei răpiri am folosit neconținut anumite cunoștințe acumulate prin studiul intensiv al comunicării și al *sistemelor*. Ani de zile m-am ocupat cu know-how-ul comunicării și am căutat soluții cu ajutorul cărora o persoană poate „obține ce-și propune”. Am analizat diferite teorii ale comunicării, am depus muncă științifică și am verificat în mod repetat aplicabilitatea concretă a acestor teorii.

Tocmai acest mod de abordare mi-a permis să ajung la anumite concluzii care, în opinia mea, sunt foarte interesante și pe care trebuie să le prezint în detaliu, înainte de a continua povestirea.

În căutarea celor mai bune soluții

Dintotdeauna m-a fascinat tema *comunicării*. Pentru a nu face *greșeli* de comunicare, aş dori să renunţ la unul din modele comportamentale obișnuite și nu vă voi mai plictisi cu o a doua introducere. Introducerile în cărți sunt o sabie cu două tăișuri. O carte se cumpără din cele mai diverse motive. Pe unii îi interesează subiectul, alții doresc să-și îmbogățească cunoștințele sau caută poate doar puțin divertisment, altora le este cunoscut autorul și doresc să se știe mai mult despre el, sau poate că pur și simplu coperta și titlul sunt atât de provocatoare, încât cartea *trebuie* cumpărată. Cu toate acestea, introducerile sunt în general deranjante, căci dorim cu toții să ajungem cât mai repede la subiectul în sine. Așadar, să purcedem!

În principiu, în această carte este vorba despre succese obținute cu ajutorul unei anumite forme de comunicare. Subiectul ultimei mele cărți, „Kommunikationsmarketing” (Marketingul comunicării), a fost observarea anumitor strategii publicitare din perspectiva *comunicării* și nu, cum se obișnuia până atunci, din perspectiva *psihologiei publicitare*. Rezonanța acestei cărți m-a surprins până și pe mine. Nu făcusem altceva decât să analizez campaniile publicitare din punct de vedere al impactului acestora, punând accentul pe *adresant*. Toate analizele anterioare se realizaseră din perspectiva întreprinzătorului sau a firmei de publicitate care, *doar prin mijloacele comunicării*, încercau să inducă anumite mesaje prin mediul (șubred) al *publicității* și să influențeze astfel comportamentul clienților. După ce am analizat și am cercetat timp de mai mulți ani acest fenomen interesant care este comunicarea și întrebuințarea ei în publicitate, era firesc, prin prisma cunoștințelor astfel acumulate, să prezint totul dintr-o nouă perspectivă, și

anume din perspectiva *persoanei care-și dorește succesul*. Cu alte cuvinte: am căutat performanțe de înalt nivel, formule de succes ale comunicării, care încă nu fuseseră descoperite în acest fel, sau, exprimându-mă mai modest, nu fuseseră întrebuințate încă în mod consecvent, atunci când se discuta despre acest cuvânt magic: *succes*.

Succes, succes, succes! Cât de multe s-a publicat deja în acest sens! Dar, cititorule, fii pe pace: în paginile ce urmează nu este vorba despre una dintre multele lucrări de genul „*Fă așa, atunci vei avea succes, vei fi bogat și fericit*”. Vă voi scuti chiar și de rețete patentate după motto-ul: „*Desenați în fiecare zi un smiley pe oglinda din baie și gândiți pozitiv, iar câinele Dvs. nu numai că vă va iubi, dar și partenerul Dvs. își va dori să faceți mai des dragoste...*”

Nu vă faceți griji! Nu vom alerza peste cărbuni încinși, nu vom face nici bungee-jumping împreună și nu vom folosi nici ale metode similare – e drept spectaculoase, dar îndoielnice – ale „Noilor terapii ocupaționale pentru manageri” și nici terapii de grup pentru auto-descoperire. Totodată, voi renunța în mod voit la exemplificarea didactică a unor dialoguri-model, care pot simula „discuția optimală de vânzare” sau „comunicarea ideală” în situații conflictuale. Această metodă își are locul în grupuri mai mici, în cadrul seminariilor sau a workshop-urilor, dar ar depăși cadrul *acestei* cărți și ar răpi utilitatea acestor seminarii atât de interesante. Chiar dacă folosesc numeroase exemple din viața cotidiană, din istorie, afaceri și literatură, acestea au doar un rol de exemplificare și de explicitare.

În „*Cum obții ce-ți propui*” este vorba despre mult mai mult decât subiectele publicității și ale comunicării în publicitate. Dacă privim totul în lumină, este vorba despre puternicele instrumente ale comunicării, despre anumite *mecanisme* ale comunicării. În măsura în care le stăpânim, ele ne pot facilita în anumite cazuri obținerea unor rezultate incredibile. Aceste mecanisme ne transpun în situația

privilegiată de a înțelege mult mai bine întreaga dimensiune a comunicării *per se* și, în definitiv, de a putea convinge și de a câștiga de partea noastră într-un mod mult mai eficient, atât partenerii de afaceri, cât și prietenii, membrii familiei, ba chiar orice persoană cu care intrăm în contact în viața privată sau profesională.

Rezultatul? Vă puteți *atinge țelurile* mai ușor.

A avea succes înseamnă totodată atingerea unor obiective clar definite. Vânzarea unui produs, popularitatea, recunoașterea, schimbarea comportamentului altor oameni, atingerea țelurilor financiare, obținerea răspunsurilor la întrebări importante... toate acestea sunt succese. Însă de abia atingerea unui țel *dinainte* stabilit, care a fost clar definit, înseamnă să avem cu adevărat succes. Evenimentele care au loc fără a fi definite anterior de noi înșine, sunt caracterizate de obicei ca întâmplare sau noroc. Însă pentru atingerea unui obiectiv este de regulă nevoie atât de un plan, cât și de o strategie. Un plan cuprinde puncte de orientare, obiective subordonate și adiacente, premise, factori materiali și resurse, cum ar fi bani, parteneri strategici și timp.

Să luăm ca exemplu un bărbat curajos, care se decide să înființeze o firmă. Totul începe evident cu o *idee*. Dar adevărata forță motrică și motivația se află înaintea ideii: cine resimte dorința de independență vrea să schimbe ceva, poate anumite aspecte ale propriei vieți, posibil chiar întreaga sa existență. Mulți oameni visează la țelurile lor. Nu consider că este o greșeală și în niciun caz nu e condamnat, căci *visele pot schimba lumea*. Acest lucru l-am trăit mereu și mereu. Visul, deci imaginarea unui țel, a unei dorințe, este baza pentru ceva nou, pentru schimbare. La un moment dat, un vis poate domina întreaga viață, poate deveni un *master plan* și poate da naștere unor reprezentări cât se poate de reale, din care se dezvoltă strategii – până într-o zi, când se întâmplă cu adevărat. Astfel, înființarea firmei ajunge la un moment dat să capete

o importanță majoră. Prin urmare, motivarea este urmată de o idee, care la rândul ei este susținută de un plan (concept de afaceri, *business plan*). Acest plan permite anticiparea tuturor situațiile posibile și simularea acestora, într-un mod foarte interesant, cu ajutorul unor instrumente adecvate, cum ar fi programe de planificare sau alte software-uri. Se naște un *sistem*. Toate cifrele sunt corecte și dau rezultatul scontat. Lumea este perfectă – cel puțin pe hârtie. Întreprinzătorul nostru ține în mâini *ideea*, *nișa* de afaceri, *conceptul genial* pentru firmă sau produs. Întreaga sa viață, acțiunile sale, existența sa, visele sale gravitează în exclusivitate în jurul ideii sale de afaceri. Prietenii săi, care la început îi sprijină și-i reconfirmă din solidaritate planul, se arată după o vreme puțin iritați, deoarece întreprinzătorul nostru foarte motivat nu mai vorbește despre nimic altceva. Dar aceste lucruri nu-l demoralizează pe proaspătul nostru antreprenor. Și astfel, într-o zi vine și ceasul cel mare.

După ce a planificat totul perfect, purcede cu fruntea sus într-un pelerinaj către bancă, pentru a prezenta bancherului, cu mândrie, conceptul său, sperând să obțină capitalul de start necesar. Nu în ultimul rând, tocmai banca sa este cea care se prezintă în permanență ca fiind inovatoare. Antreprenorul nostru se pregătește foarte bine pentru întâlnire. Pentru fiecare întrebare își pregătește un răspuns potrivit și foarte inteligent. Își alege un nou outfit, purtând acum un costum de marcă perfect croit. Frizura, progresivă la rândul ei, subliniază determinarea și forța sa de acțiune.

În cele din urmă, bărbatul nostru se află în fața omului cu banii. Începe discuția cu câteva remarci prietenoase și prezintă apoi ideea sa senzațională. Se depășește pe sine în perfecțiune oratorică – adevărul este că se surprinde pe sine însuși. Se poziționează *pe sine însuși*, mai bine ca niciodată, în centrul atenției. Vorbește despre calitățile *sale* neobișnuite. Relatează, că dacă s-ar putea materializa ideea, atunci doar *el* ar fi capabil să pună totul pe picioare. Cu alte cuvinte, antreprenorul nostru în devenire, prezintă

motivată și cu toată vehemența logică și corectitudinea sistemului pe care l-a dezvoltat. S-a gândit chiar și la posibila concurență, este într-adevăr foarte bine pregătit! Va distruge pur și simplu concurența, mulțumită sistemului său genial. *El* este deja regele neîncoronat, este născut pentru a fi antreprenor. Iar ideea sa este pur și simplu genială...

Însă bancherul nostru îi explică antreprenorului nostru că este nebun și-l trimite acasă.

GREȘALA PRIMORDIALĂ

Poate ați și intuit deja care a fost greșala primordială. Pașii și premisele care duc la atingerea unui țel sunt de naturi foarte diferite. Există însă și un element comun al aproape tuturor planurilor sau țărilor mărețe: în centrul lor se vor afla mai devreme sau mai târziu *alți* oameni, care trebuie *convinși*. Trebuie motivați să adopte o anumită atitudine sau să renunțe la alta și trebuie manevrați către un accept sau un refuz. Chiar și un om de știință care evită comunicarea, care cercetează într-un laborator închis și steril, va ajunge în situația în care va avea nevoie de cineva într-un anumit scop, chiar dacă este vorba „doar” de femeia de serviciu, pe care trebuie să o convingă să nu se atingă de echipamentele sale sensibile sau să nu umble la aparate. Și tocmai astfel ne aflăm deja în centrul subiectului *comunicării*. Nu contează dacă doriți să vă invitați prietenul la cinema, pentru a viziona un film care vă interesează foarte tare, despre care însă știți că prietenul dvs. nu-l va savura cu adevărat pentru că nu îi place genul, sau dacă trebuie să câștigați alegerile, să explicați fiului dvs. viața și valorile dvs., dacă trebuie să convingeți un colaborator să facă ceea ce-i cereți, dacă vreți să vă cotați firma la bursă sau să-i vindeți unui client produsele dumneavoastră. Pe parcursul *oricărei* plan care e menit să ducă spre un anumit țel, va trebui mai devreme sau mai târziu să convingeți, sau

mai bine zis să puteți convinge. Obstacole apar în special atunci, când nevoile dvs. nu prezintă un interes prea mare partenerului dvs. de comunicare – ceea ce, din păcate, se întâmplă aproape întotdeauna.

Această concluzie nu este esoterică: cunoașteți prea bine această situație, însă din cealaltă perspectivă. Există mereu oameni care doresc ceva, undeva, cândva de la dvs. – în fiecare zi, în fiecare săptămână. De obicei înăbușiți deja din fașă multe dintre încercările de comunicare.

Dar să ne întoarcem la dvs.: situația vă pare a fi complet lipsită de perspectivă atunci când un partener de comunicare important nu numai că nu dă dovadă de interes pentru problema dvs., ci are chiar opinii diametral opuse sau atunci când dorința dvs. ajunge să intre în conflict cu interesele *sale*.

Sunt sigur că astfel de situații vă sunt mai mult decât cunoscute.

Prin urmare, „morala poveștii” antreprenorului nostru este evidentă: greșeala domnului nostru a constat desigur în faptul că dezvolta totul mult prea mult pornind de la *propria* persoană. Greșeala sa mai profundă: nu vedea comunicarea ca *sistem* – vom ajunge să discutăm în detaliu și acest subiect. Pe scurt, comunicarea nu este doar un mod de transmitere a informațiilor – ea este totodată un instrument, pe care trebuie să-l înțelegem și la care trebuie să cântăm cât mai virtuos. Un *know-how* real în ceea ce privește comunicarea, oferă într-adevăr posibilități nebănuite. Vestea bună: pentru a le învăța și a le folosi, nu trebuie să aveți talent scriitoricesc și nici nu trebuie să fiți experți în retorică. Fără a exagera, putem spune că prin intermediul *comunicării* sau prin intermediul unei comunicări bine *mânuite*, ne putem pune mult mai repede și mai eficient în practică propriile planuri. Cel mai mare obstacol în calea oricărui plan sunt însă oamenii, a căror comunicare nu o putem controla.

Prin urmare, este vorba despre *controlarea* comunicării, cuvântul control având în acest context un sens pozitiv. Și pentru a exercita acest control, trebuie să cunoaștem mecanismele *sistemice* ale comunicării. Cunoscând aceste mecanisme, veți fi – în adevăratul sens al cuvântului – *privilegiați*.

Pe scurt, abordarea comunicării umane, așa cum e prezentată în capitolele următoare, vă va oferi posibilitatea de a modifica cu adevărat comportamentul celorlalți!

Știu că este o afirmație foarte îndrăzneță! Dar mi-o asum. Iar pe dvs. vă rog să-mi mai acordați câteva clipe pentru analiza câtorva premise teoretice înainte de a vorbi apoi despre *practică*.

Recunosc că avem nevoie de exemple pentru a demonstra *cum* se controlează comunicarea și *cum* se pot evita anumite situații conflictuale. Însă în anumite condiții este chiar necesar să provocăm într-un mod adecvat conflicte, dacă ne putem apropia astfel de obiectivul nostru. Cu alte cuvinte, aveți nevoie de *diferite* metode de comunicare! Însă elementul esențial, a cărui importanță aproape că nu poate fi supraevaluată, este următorul:

Dacă vrem să schimbăm comportamentul altora – în favoarea noastră sau a unor terți – atunci, contrar filosofiei intrinsece a anumitor „ghiduri standard”, nu trebuie să ne preocupe proveniența originală a comportamentului, de exemplu din punct de vedere psihologic.

Cu alte cuvinte: nu prea e înțelept, să coborâm în străfundurile sufletului uman pentru a ne lăsa pradă anumitor teorii, unele chiar foarte contradictorii, dar care se regăsesc în număr atât de mare în psihologie. Nu avem nevoie de motivele *pentru* care cineva se comportă așa cum se comportă, ci avem nevoie de metode cu ajutorul cărora

să modificăm opinia celui din fața noastră. Nu *De ce* este important, ci *Cum!*

O diferență majoră!

Parafrazând, am putea spune că nu trebuie să știți *de ce* merge o mașină, ci *cum* trebuie să o mânuiți astfel încât ea să ruleze.

Imaginea umană, respectiv comportamentală, prezentată în această carte, *nu* se bazează pe abordarea și analiza uzuală a „*profunzimilor lăuntrice ale motivațiilor psihice ale individului*”, care, după părerea mea, sunt aproape imposibil de atins. Mai degrabă este vorba despre numeroase mecanisme și reguli obiective, care se nasc și acționează în timpul comunicării. Deci nu este vorba despre încercarea, oricum sortită eșecului, de a schimba psihicul uman.

Este vorba despre o nouă viziune asupra lucrurilor, asupra comportamentului și, bineînțeles, este vorba despre comunicare.

Haideți să facem în acest context o scurtă excursie în misterioasa lume a psihologiei.

Ce nu se știe despre psihologie

Pentru prima oară în viața mea am fost provocat, pentru a nu spune hărțuit, cu problematica psihologiei în clasa a XII-a. Profesorul meu de etica și filosofie de atunci, pe care îl respectam foarte mult, ne-a introdus timp de jumătate de semestru în lumea nebuna a lui Sigmund Freud și a colegilor săi. Și pot recunoaște că toate acestea mi-au folosit într-adevăr la ceva. Ele mi-au oferit acele cunoștințe de bază atât de necesare, pentru a nu mă mai limita doar la lungile plimbări romantice cu colegele de clasă, ci de a le transforma foarte repede, cu ajutorul acestui psiho-know-how, în tematizări ale interesantului subiect care este sexul și a secretelor sale. Desigur, pur științific. Un avantaj imens. Recunosc!

PRACTICA

Reținerile mele față de disciplinele psihologiei, psihanalizei și ale psihiatriei nu s-au născut din nimic. Am adunat experiențele mele dureroase cu reprezentanții acestora, care, însumate, m-au uimit de fiecare dată, dar m-au și oripilat. În același timp, toate relatările tuturor cunoșcuților care avuseseră de-a face într-un fel sau altul cu terapeuți sau cu vrăjitoriile acestora, mi-au reconfirmat de fiecare dată dubiile față de această breaslă.

Într-o zi m-am decis să mă bag chiar eu „sub cuțitul” unor psihologi și psihiatrii supracalificați, doar pentru a verifica pe pielea mea ce se află în spatele acestor vrăjitorii. Pentru a mă prezenta ca psiho-pacient demn de milă, am „adoptat” o sechelă care nu corespunde nicidecum realității ființei mele. Astfel, ajunseseam să povestesc psiho-tămăduitorilor că sufăr de ani buni de teama de a vorbi în fața unui număr mare de oameni. Mulțimile îmi provoacă frică, iar să vorbesc în fața lor, cerință impusă de noul meu loc de muncă, cea de

profesor de economie, îmi provoca mari probleme, pornind de la accese de transpirație până la stări de vomă după prezentare. Permiteți-mi să vă asigur că am susținut numeroase prezentări în fața unui auditoriu de peste o mie de oameni, prezentări care mi-au făcut mare plăcere și în timpul cărora nici măcar nu mi-au transpirat palmele. Atât în ceea ce privește realitatea.

Am mărșăluit foarte hotărât la mai mulți psihologi, psihoterapeuți și psihiatrii, pentru a le cere ajutorul. Nu vă puteți imagina ce mi-a fost dat să trăiesc pe parcursul acestor ședințe, pentru care am taxat fără jenă între 200 USD și 600 USD.

În primul rând, închipuiți-vă că toți terapeuții, fără excepție, au crezut fără nici un dubiu istoria bolii mele și fără a pune măcar o întrebare! Niciun terapeut nu a pus măcar un moment sub semnul întrebării propriul meu diagnostic, pe care îl prezentam pe parcursul a circa 10 minute. Și nu mă afixam nicidecum a fi reținut sau timid, ci foarte normal, sigur de mine și direct, ca întotdeauna. Toți au întrebat despre evenimente din copilăria mea și despre relația cu partenera mea de viață. De asemenea, chiar de la prima ședință, toți au început să-mi prescrie o oarecare terapie sau chiar un tratament medicamentos. Vă puteți imagina așa ceva? Vă duceți la un medic (un medic adevărat) și îi povestiți că aveți probleme cu apendicele, iar acesta vi-l operează numaidecât... Diagnosticul: ceea ce povestește sau crede pacientul sau ceea ce a citit într-un ziar de duzină. Exact aceasta s-a întâmplat în acest caz. De necrezut, dar adevărat! Dacă nu mă credeți, luați 300 USD, imaginați-vă o poveste cu iz psihologic și încercați totul pe propria dumneavoastră piele. Nu o să vă credeți ochilor și urechilor. Ar fi cu adevărat hilar, dacă nu ar fi atât de tragic. Iar asta, pentru că aceiași „experți ai comportamentului sufletesc uman” emit expertize pentru instanțe, atestă aptitudinile soldaților, decid dacă infractori periculoși sau deranjați