Uma platéia cheia, pessoas entusiasmadas por novos conhecimentos, um brilho no olhar dizendo: fique mais um pouco. Assim foi a palestra que nós fizemos sobre Neurociência e Marketing na Amcham (Câmara Americana de Comércio Brasil - Estados Unidos). O que era há uns 3 ou 4 anos apenas de interesse da área médica e algum tempo depois da educação, venceu fronteiras e seus estudos estão presente em outros campos do conhecimento.

O Público da Amcham formado de empreendedores, gestores e profissionais da área de gestão, naquela terça-feira, 8h30min, queriam um estreitamento maior com a Neurociência que vem se tornando grande ferramenta de Marketing para analisar as reações dos consumidores para acertar na propaganda e vendas. Humildemente nossa contribuição foi o de ampliar esses horizontes e mostrar que nesse mar também podemos navegar para estudos dos produtos que serão lançados no mercado, os novos perfis comportamentais que tem surgido através das redes sociais virtuais e particularmente, como instrumento poderosíssimo no treinamento, crescimento, percepção de crenças e valores, enfim, tudo que envolve o desenvolvimento continuado de “gentes” e equipes.

Os conhecimentos da neurociência avançaram muito nas últimas décadas e chegaram ao público leigo por meio da divulgação científica. O professor Gerry Zaltman da Universidade de Harvard nos EUA na década de 90 realizou as primeiras experiências na área voltada aos estudos de Marketing. Destes estudos surgiu à expressão NEUROMARKETING, segundo dados do instituto Ibope, mais de 50 empresas globais já utilizam a neurociência nas ações de marketing. O aumento do uso desta ferramenta no mundo foi superior a 100% nos últimos quatro anos. Atualmente aquele comercial da Coca-cola ou da Nike, super criativo, passou a ser um desafio de como traduzir de forma inovadora o que mais ativa o cérebro e atraem ou não sua atenção. Um casamento que combina originalidade com como podemos PERCEBER A PERCEPÇÃO DO CÉREBRO.

Nós do Instituto Eckart trabalhamos desde o final daquela década no estudo dos comportamentos e atitudes humanas baseados em Neurociência Cognitiva Comportamental.

Hoje, depois de mais de 5000 cérebros testados, e mais de 2000 pessoas treinadas para mudar de atitudes, conseguimos aplicar técnicas e colher os frutos do desenvolvimento de

inteligência fluida em seres humanos (capacidade de lidar com problemas novos que exigem velocidade e flexibilidade mental). Nossos estudos possibilitaram outros entendimentos e maneiras de como uma empresa deve selecionar, treinar, motivar e se organizar. Os objetivos dessas percepções dizem respeito primordialmente em desenhar caminhos que aumentem a felicidade e espírito de cooperação, desta forma todos podemos acessar naturalmente nossa criatividade, ter um desempenho melhor e agir com profunda sinergia e movimento.

Temas como Marketing, Estratégia, Gestão, Segurança no Trabalho, Qualidade de Vida e Desenvolvimento Humano e Organizacional fazem parte da pesquisa voltada a descobrir como podemos PERCEBER A PERCEPÇÃO DO CÉREBRO. Neste trabalho surgem novas técnicas apaixonantes, que quebram muitos paradigmas, entre eles o uso de ferramentas de gestão, até hoje muito praticado com base no Taylorismo do início do século passado e principalmente como migrar do modelo cerebral organizacional -passado (Revolução Industrial) para o que chamamos de novo modelo cerebral –futuro do presente(Intra-empreendedor). Intervenções que permitem acessar aos seres humanos de uma maneira mais convincente e efetiva, facilitando o processo de raciocinar, planejar, resolver problemas, pensar de forma abstrata, compreender idéias complexas, aprender rapidamente e por meio da experiência. Também e com grande entusiasmo comprovamos cientificamente que o talento, a genialidade, o impar é um direito de todos e não só de algumas cabeças abençoadas por Deus e bonitas por natureza. Com a Neurociência podemos conduzir pessoas para competências e habilidades que elas nunca imaginaram possuir, nem mesmo que tinham alguma aptidão prévia. Isso quer dizer, um mundo que o conceito biológico parte pela inclusão e não pela exclusão como somos culturalmente levados a crer.

Como tudo, aquilo que é mágico e maravilhoso, em mãos erradas pode se tornar feitiçaria e catástrofe. Choveram perguntas e mais perguntas de uma platéia entusiasmada e incitada por tantas possibilidades. Mas a luz e o sol mesmo se dão num fio que na nossa sociedade a cada dia parece tornar mais frágil. A luz e o sol se manifestam dentro de valores éticos, sem querer tornar pessoas em robôs de nossas ganâncias. Conhecimento é e sempre será abundância compartilhada, o verdadeiro ganha, ganha.