



Desenvolver retórica deve ser um dos principais objetivos do advogado

06/03/2010

A capacidade de influenciar pessoas sempre foi um dos fatores de sucesso na advocacia. Desde os mais remotos tempos, os juristas com grande capacidade retórica se sobressaíam nos tribunais apelando para o poder da oratória, ora vencendo causas difíceis, ora construindo relacionamentos e influenciando a sociedade. Grande parte dos advogados consagrados têm em comum uma grande capacidade de persuasão.

Dada a importância estratégica da persuasão para alcançar o sucesso no setor jurídico, cabe aos advogados conhecer melhor esta ciência e procurar aperfeiçoá-la, tornando-a uma ferramenta útil tanto no exercício da profissão quanto na conquista e fidelização de clientes.

Embora seja um termo pouco usado no dia a dia, e conceito raramente difundido na literatura, a persuasão tem um poder incalculável, e pode ser utilizada tanto para realizações nobres quanto para enganar as pessoas. Profissionais como médicos, advogados, engenheiros, sacerdotes e políticos podem praticá-la para influenciar positivamente seus clientes ou seguidores, assim como vigaristas, maus políticos e comerciantes inescrupulosos utilizam-na para ludibriar pessoas de boa fé.

A origem da palavra persuasão vem do latim, “persuadere”, que significa aconselhar, ou numa tradução livre, “aconselhar alguém até que este concorde em fazer o que queremos”. Muitos confundem persuadir com convencer, mas é um engano, pois são conceitos bem diferentes. Enquanto convencer é derivado da palavra “vencer”, e significa que o convencido foi, antes de tudo, “vencido” pela argumentação oposta, persuadir, ao contrário, significa aconselhar, levando a pessoa a realizar alguma ação.

Uma pessoa pode estar convencida da importância de realizar alguma atividade, e, no entanto, não fazer nada a respeito. O advogado pode tentar convencer o cliente de que seu escritório tem as melhores condições para atender as necessidades dele, no entanto, de nada valerão todos os argumentos apresentados, pois o cliente só contratará o serviço se for persuadido a fazê-lo.

Ao contrário do convencimento e da imposição pela autoridade ou força física, a persuasão lida com a vontade das pessoas. Ela se estabelece através de uma comunicação suave e elegante. A pessoa persuadida age de acordo com a vontade do persuasor, mesmo que seu intelecto não esteja convencido da verdade ou da importância do assunto. Por isto, a persuasão é uma arma poderosa e ao mesmo tempo perigosa. Quem não conhece inúmeros exemplos de políticos que, mesmo sendo reconhecidamente corruptos e mal intencionados, ainda assim vencem eleições sobre candidatos íntegros e honestos?

A persuasão é uma técnica que pode ser aprendida por qualquer pessoa através de treinamento. Assim, podemos afirmar que a persuasão é uma ciência, pois seus conceitos



acompanham uma lógica, têm uma estrutura e, portanto, pode ser desenvolvida. Na verdade praticamente todas as pessoas têm alguma capacidade de persuasão, e a utilizam diariamente para tentar conseguir algo daqueles com quem convivem. Claro que alguns têm esta habilidade inata bem mais desenvolvida que outros.

Podemos dizer que a persuasão tem também um lado artístico, pois quando aprendemos a utilizá-la de maneira natural, graciosa e inconsciente, sem mesmo pensarmos que estamos persuadindo alguém, ela se torna uma arte. Todos nós conhecemos inúmeros exemplos de comerciantes, vendedores, líderes religiosos, políticos e, porque não dizer, vigaristas, que tem uma “lábria”, muito eficaz. São pessoas que possuem uma comunicação poderosa, que envolvem os interlocutores com seus “conselhos”, e acabam conseguindo exatamente o que querem.

O velho golpe do “bilhete premiado”, aplicado por vigaristas há décadas, é um exemplo clássico do poder nefasto da persuasão. Mas também podemos citar inúmeros casos de líderes que, com seu carisma e poder de persuasão, conseguem motivar as pessoas, mobilizando-as para realizarem feitos e superar dificuldades em momentos difíceis.

Dois exemplos clássicos são os líderes Martin Luther King e Mahatma Gandhi que operaram revoluções pacíficas em seus países, sem utilização de qualquer poder ou força, apenas usando a palavra falada.

Os maiores persuasores são, antes de tudo, grandes conhecedores da alma humana. Eles conseguem fazer uma “leitura” do pensamento e dos sentimentos das pessoas, descobrindo seus desejos e necessidades, muitas vezes ocultos, e baseados neste entendimento utilizam argumentos que irão influenciá-los.

O presidente Getúlio Vargas, foi um mestre na arte de persuadir. Existem varias histórias a seu respeito, mostrando sua arte de influenciar as pessoas.

Getúlio conhecia profundamente a natureza humana. Ele sabia que era inútil criticar e contradizer os outros. Era hábito seu prestar atenção às pessoas, interessar-se pelos seus problemas, dar razão a todos e, no final, as pessoas fazerem o que ele queria. Quais são as principais técnicas para tornar-se persuasivo?

Aristóteles, que no capítulo II de seu livro *Arte Retórica*, definia a retórica como “a arte de descobrir o que há de persuasivo em cada assunto”, nos mostra três caminhos para a persuasão: primeiro devemos apelar para a vontade das pessoas, depois para a sensibilidade e por último para a inteligência. Determinadas pessoas se guiam mais pela vontade, outras pela sensibilidade e algumas predominantemente pela razão e inteligência.

Ele defendia que devemos sempre apelar para os três aspectos da psicologia humana, mas dar ênfase àquele em que a pessoa for mais influenciável. Para nos tornarmos persuasivos, é preciso, também, observar dois aspectos principais da comunicação interpessoal: A forma e o tipo de linguagem.

A forma como nos comunicamos desempenha papel fundamental no processo, pois é importante, desde o início, conquistarmos a simpatia de quem vai ser persuadido. Através da



postura corporal, dos gestos e do tom de voz, é possível conquistarmos confiança e credibilidade.

Já o conteúdo da persuasão deve ser comunicado numa linguagem adequada ao tipo de pessoa que estamos tentando persuadir. Por exemplo, pessoas humildes preferem que falemos numa linguagem simples, e pessoas cultas são mais sensíveis a uma linguagem intelectual. Além disto, é preciso atingir o lado emocional destas pessoas, falando de coisas agradáveis e estimulando suas paixões. Cada pessoa é mais bem influenciada por determinados aspectos

num processo de persuasão. Fazendo uma generalização, com o objetivo de demonstrar este processo, diríamos, por exemplo, que as mulheres tendem a ser mais influenciadas por argumentos que demonstram beleza e sensibilidade, enquanto que, para persuadir comerciantes, devemos apelar para argumentos práticos como ganho financeiro, por exemplo. No caso dos magistrados, a melhor forma de persuadi-los é apelar para argumentos que envolvam justiça, credibilidade, honra, o bem comum e as leis.

A persuasão nos tribunais

É conhecida a fama de grandes juristas que utilizam a dramatização no tribunal do júri para influenciar jurados e até os juízes em suas alegações. O que eles fazem, essencialmente, é apelar para o lado emocional das pessoas. É o caso de um dos mais famosos advogados criminalistas do Brasil, o falecido jurista Evandro Lins e Silva, que chegou a ser ministro do Supremo Tribunal Federal. Era famosa sua capacidade oratória nos tribunais.

A importância da persuasão para juízes e promotores

A persuasão é cada vez mais importante em praticamente todas as áreas do Direito. Hoje em dia não é mais possível conseguir cooperação das pessoas através da força, da imposição ou fazendo valer a hierarquia; esta época está superada. O termo “manda quem pode, obedece quem tem juízo”, não encontra mais espaço nos dias atuais.

Juízes e promotores, que criarem o hábito de utilizar o poder da persuasão para conseguir a cooperação das pessoas, obterão melhores resultados e terão menos atritos de relacionamento, sem

prejudicar sua autoridade. A capacidade de persuasão de promotores e juízes pode, por exemplo, facilitar muito a conciliação entre as partes de um processo, evitando demandas longas e custosas para o serviço público e para todos os envolvidos.

A importância da persuasão no relacionamento com o cliente

O relacionamento adequado com os clientes pode ser uma das principais táticas de marketing jurídico para um advogado. Uma comunicação persuasiva promove relacionamentos excelentes e duradouros, e possibilita que o profissional consolide sua marca e obtenha continuamente indicação de novos clientes. Além disto, a persuasão ajuda o advogado a obter maior cooperação de seus contratantes durante o processo, evitando eventuais atritos ou estresse gerados por determinados processos.

Que argumentos evitar durante a persuasão

Uma das maneiras de um orador tornar-se eloquente e persuasivo é transmitir sinceridade. Sob

nenhum pretexto o advogado deve utilizar falsos argumentos, mentiras e termos excessivamente técnicos, que fujam à compreensão de seus interlocutores.

Sugestões para advogados tornarem-se mais persuasivos: Apesar de perceber que esta tendência está começando a mudar, em nosso trabalho de consultoria em marketing jurídico percebemos que ainda existe no setor uma cultura voltada mais para os embates do que para a negociação e o bom relacionamento interpessoal.

A sugestão é que os operadores do direito comecem a desenvolver, além dos aspectos técnicos de sua profissão, as competências comportamentais relacionadas à inteligência emocional como: empatia, comunicação interpessoal, motivação, liderança e capacidade de negociação.

Dicas práticas que poderão ser úteis:

- Procure fazer elogios sinceros
- Dê atenção, demonstre interesse e ouça de fato as pessoas
- Evite criticar e condenar quem quer que seja
- Sorria sempre que possível
- Trate todos pelo nome
- Evite discussões
- Evite queixar-se demasiadamente.

Estas são algumas regras de relações humanas que, se utilizadas habitualmente, farão com que nossa capacidade de persuasão seja naturalmente melhorada.

Acreditamos que desta forma, o desenvolvimento da capacidade persuasiva será um fator da maior importância para o sucesso dos operadores do Direito, sejam eles juízes, promotores ou advogados. Nos escritórios de advocacia, a persuasão pode tornar-se, também, um fator decisivo na consolidação do escritório, no futuro dos negócios e nas relações com sócios, colaboradores e clientes.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2010-mar-06/desenvolver-retorica-principais-objetivos-advogado/>