

# Os caminhos da persuasão



**PEDRO AMENDOEIRA**  
Partner na Expense Reduction  
Analysts

**P**ersuadir é importante. Afinal é através da persuasão que conseguimos aquilo que queremos: seja que os nossos filhos estudem, que o chefe nos aumente, que o cliente nos compre ou que o amigo perceba de uma vez por todas que o clube de futebol que apoia é fraquíssimo e nem nos distritais lhes deveria ser permitido jogar.

E no entanto não aprendemos formalmente como bem persuadir, nem na primária nem na universidade. Vamos aprendendo com a prática, lendo, observando outros. É um caminho tortuoso e repleto de erros. Aristóteles escreveu sobre a lógica, credibilidade e emoção como os caminhos para persuadir (note o leitor que evitei usar Logos, Ethos e Pathos - não vou fingir que sei grego clássico). 2500 anos depois, Robert Cialdini invocou os 6 pilares da influência:

reciprocidade, coerência, aprovação social, afeição, autoridade e escassez). E estão ambos absolutamente certos.

Pelo meio, infindáveis livros de vendas deram uma ou outra receita qualquer. E aí reside o problema: na receita. É tentador querer absorver uma forma de avançar rapidamente para a solução. Seria tão bom que existisse essa receita, bastaria que não fôssemos criaturas tão incrivelmente complexas. Mas somos.

Em culinária, se seguirmos fielmente os ingredientes, quantidades e ordem dos procedimentos, temos uma elevada probabilidade de chegar a um resultado similar ao proposto. Nas relações humanas, a receita que funciona numa relação entre 2 indivíduos num determinado tema e momento tem elevadas probabilidades de não funcionar se alterarmos um dos indivíduos, o tema ou o momento temporal.

Devemos então abandonar todas as aprendizagens e seguir o puro instinto? Creio que, para a maioria de nós, isso seria bastante contraproducente. Afinal, as receitas chegaram a sê-lo porque funcio-

nam – em determinadas situações. O ideal seria conhecê-las bem e aplicá-las quando for apropriado. Como um cirurgião, que tem ao seu dispor um leque de ferramentas que utiliza à medida das necessidades. Aqui reside a maior dificuldade: como saber o que é apropriado? Como julgar das necessidades?

A resposta é escutar. Ser capaz de escutar profundamente o outro, aquele a quem queremos persuadir. Pelo que diz, pelo que cala, pela linguagem corporal, sobretudo fazendo-o sentir ouvido. Conhecendo o que realmente quer e o move, é possível que encontremos formas de conjugar as suas necessidades com as nossas e que a persuasão seja apenas uma união de vontades comuns.

Escutando o outro podemos também reconhecer a impossibilidade que a persuasão aconteça e desistir: nunca consegui convencer um amigo do fraco que é o seu clube de futebol. ■



PUB

## Gestão de Pessoas a Preto e Branco

- Os desafios geracionais são verdadeiros e ou serão apenas uma categorização estereotipado?
- O que a Gestão de Pessoas pode aprender com o Marketing?
- As neurociências serão a nova gestão de pessoas?
- A (in)felicidade nas organizações: quem quer realidade quando pode ter magia?
- Big Data, Better Data, or No Data?

Baseado na simplicidade do preto e do branco, caberá ao leitor reflectir e formar a sua própria opinião sobre cada um dos temas.

**Coordenadores** Pedro Ferreira e Cândida Santos

**Págs.** 160 **PVP** €13.90



Compre já em <http://livraria.vidaeconomica.pt>

✉ [encomendas@vidaeconomica.pt](mailto:encomendas@vidaeconomica.pt) ☎ 223 399 400