

PERSUASÃO

Persuadir vem do latim "*persuadere*" que significa levar alguém a acreditar ou aceitar uma idéia, uma proposta, um parecer.

As técnicas da persuasão podem ser utilizadas em qualquer circunstância, desde uma conversa íntima, até nas importantes mesas de negociação. Para persuadir tão ou mais importante do que argumentarmos é a capacidade de interagir com as pessoas e saber envolvê-las de maneira honesta e aberta.

Até agora, acreditava-se que influenciar pessoas era uma habilidade comportamental e não intelectual.

Uma pesquisa bastante conhecida na área de programação neurolinguística, por exemplo, pregava que apenas 7% da comunicação interpessoal ocorre por meio de palavras. A entonação responderia por 38% da mensagem, enquanto a postura corporal e as expressões do rosto transmitiriam não menos do que 55% das informações captadas pelo cérebro.

Um psicólogo norte-americano da mais alta patente revolucionou a teoria da persuasão. Howard Gardner com uma obra inovadora o renomado pesquisador de Harvard, elaborou uma espécie de Raio-X dos cérebros mais influentes da história. O psicólogo descobriu que os líderes mais influentes do mundo expõem suas idéias de forma racional e sistemática – e com uma estrutura de argumentação envolvente. Resumindo, as palavras têm muito mais importância no discurso persuasivo do que se pensava.

Não que a neurolinguística esteja ultrapassada. Gardner está simplesmente cobrindo uma antiga lacuna da ciência da persuasão.

Em seu livro Gardner identifica as sete características comuns no discurso persuasivo, as quais chama de "*change levers*" ou "vetores da mudança":

- ✚ **RAZÃO** - Argumentos objetivos e racionais, colocando prós e contras de cada idéia debatida, com clareza para que o interlocutor compreende facilmente.
- ✚ **PESQUISA** - O argumento é reforçado com uma série de dados objetivos, estatísticas, fatos, etc.
- ✚ **RESSONÂNCIA** - Utilizar a percepção para estabelecer conexões afetivas com seus interlocutores.
- ✚ **REDESCRIÇÃO** - Repetir, repetir com diversas técnicas e diversos veículos.
- ✚ **EXPERIMENTAÇÃO** - Possibilitar a vivência da situação.
- ✚ **RESISTÊNCIAS** - Não ignorá-las, debatê-las diretamente.

O ARGUMENTO COMO RECURSO DE APOIO Á PERSUAÇÃO

Entre os argumentos que podem tornar nossa causa vitoriosa os mais importantes são:

- **EXEMPLOS:**
São argumentos poderosos pelo fato de serem extraídos de próprio conteúdo da mensagem. Busque exemplos simples e de forte impacto. Cuidado! Esteja certo de que a informação é verdadeira.
- **COMPARAÇÕES:**
Poderá através delas mostrar as diferenças e semelhanças e semelhanças que possuem.
- **ESTATÍSTICAS E PESQUISAS**
Seu valor está diretamente relacionado com a origem das informações. Evite números muito complexos.
- **TESTEMUNHOS:**
Seu valor está relacionado ao nível de conhecimento e respeito de quem der o testemunho.
Evite pessoas polêmicas ou controvertidas.
- **TESES:**
Quando aprovados por bancas idôneas tem grande poder.
- **ESTUDOS TÉCNICOS OU CIENTÍFICOS:**
Se a ciência está dando respaldo, não há o que contestar.
Cuidado! Nem tudo o que se diz ter sido cientificamente provado tem efetivamente autenticidade científica.

