

Por Silvana Silva

As duas coisas podem parecer até iguais, mas na origem e na prática não são. Convencer vem da palavra vencer e, portanto, o ouvinte foi vencido com a argumentação do emissor. Em geral, para convencer, usa-se argumentos lógicos.

Ex. Fumar é prejudicial à saúde porque provoca câncer. O sal eleva pressão e, portanto, deve ser evitado por hipertensos.

Persuadir vem de persuasão, do latim *persuadere* que numa tradução livre significa “aconselhar alguém até que este concorde em fazer o que queremos”. Podemos convencer uma pessoa com nossas idéias, mas para que ela faça o que desejamos precisamos persuadi-la. Nesse caso usamos elementos emocionais. Eu posso convencer uma pessoa a pensar como eu, mas terei de persuadi-la para fazer o que desejo.

Exemplo: o médico orienta, receita, mas em muitos casos o apoio de grupos de ajuda é fundamental para que o paciente siga o tratamento à risca.

Num tribunal, defesa e acusação não usam apenas o conteúdo dos códigos para cumprir seus papéis. Buscam na vida dos réus e vítimas argumentos que possam sensibilizar o júri

Para uma comunicação eficiente é preciso usar elementos lógicos e emocionais. Na publicidade isso é largamente usado. Um anúncio de cigarros, por exemplo, alerta: o produto possui 4700 substâncias tóxicas etc., mas destaca o “sabor a ser descoberto”, símbolos orientais, tatuagem, que podem sugerir algo natural, exótico e sensual. Na prática o anúncio não vende cigarros, vende “emoções”.

Cuidado: num momento de crise, principalmente, não aceite a culpa, mas não acuse ninguém (muito menos a “vítima”). Seja solidário, tenha compaixão, demonstre interesse em investigar,

corrigir, esclarecer a situação.

Caso “pílulas de farinha” – Num primeiro momento, a empresa chegou a cogitar a possibilidade da falha ter ocorrido porque há mulheres que não tomam as pílulas como recomendado. No final, o problema estava num processo interno da fábrica.

Fonte: www.cnj.jus.br