

A IMPORTÂNCIA DA INFLUÊNCIA E DA PERSUASÃO NA NEGOCIAÇÃO

Geovanna Silva Nascimento¹

Roselaine das Chagas Fonseca²

RESUMO: A pesquisa deste trabalho será sobre a análise direcionada à exploração da negociação, em especial em sua interconexão com a influência e a persuasão. A negociação está gradativamente ascendendo em importância na resolução de conflitos, em virtude de suas múltiplas vantagens. Observa-se um estímulo por parte dos poderes Judiciário, Executivo e Legislativo para ampliar o emprego de métodos consensuais na solução de controvérsias. A negociação se apresenta como uma das estratégias mais eficazes e ágeis para tal propósito, mantendo uma sólida relação com o domínio jurídico, pois desempenha um papel primordial na prática legal. Ademais, os acordos provenientes de negociações devem ser imparciais e legitimados, destacando-se o papel relevante dos advogados nesse contexto. Dentro deste escopo, a negociação é concebida como um veículo comunicativo orientado à persuasão, elevando a análise da persuasão e influência ao cerne deste estudo. Este trabalho monográfico buscou pesquisar diversos métodos para aumentar a influência em uma negociação, além de exemplos oriundos da teledramaturgia, evidenciando estratégias adotadas por personagens históricos como Harvey Specter de "Suits" e Jordan Belfort de "O Lobo de Wall Street".

Palavras-chave: Negociação. Persuasão. Influência. Jurídico

1. INTRODUÇÃO

Destaca-se a limitação do sistema judiciário na solução completa de controvérsias, devido à sua abordagem superficial. Os conflitos, complexos e multifacetados, demandam uma análise mais aprofundada, especialmente por parte dos profissionais do direito, para garantir decisões satisfatórias. A resolução de disputas tornou-se pluriprocessual, envolvendo diversos métodos, como arbitragem, mediação, conciliação e negociação, em conjunto com o processo judicial.

É importante mencionar que os conflitos sempre fizeram parte da humanidade, e são essenciais para que haja o desenvolvimento das sociedades. O direito por exemplo, só existe, pois há disputa entre os indivíduos, portanto, não necessariamente

¹ Aluna do curso de Direito do Centro Universitário Mário Palmério (UNIFUCAMP).

² Prof. Doutora de Língua Portuguesa do Centro Universitário Mário Palmério (UNIFUCAMP).

precisam ser vistos como algo negativo, pois além dos conflitos serem intrínsecos ao ser humano, carregam grande potencial de criarem benefícios às relações nos quais se iniciaram, aponta Arruda (2015). Neste sentido destaca-se:

Em síntese, o conflito é o processo de interação entre duas ou mais partes, em que se acentuam relações de antagonismo e oposição, não necessariamente agressivas. Isto é, conflito é um “desentendimento - a expressão ou manifestação de um estado de incompatibilidade” 7. A resolução de um conflito é um processo complexo, no qual não se trata apenas da vontade de “A” versus “B”, mas de vários interesses e opiniões conflitantes, influenciados por fatores externos e internos, especialmente fatores não-jurídicos⁸. (Arruda, 2015, p. 10).

Portanto, o conflito é processo de interação entre partes, que possuem posições antagônicas, onde existe a questão do desentendimento, ao passo que sua resolução por ser um processo não tão simples, existem várias opiniões e interesses divergentes, principalmente em questões jurídicas.

Este estudo concentra-se na negociação como uma forma de resolver disputas, destacando os elementos de influência e persuasão, que desempenham um papel crucial no processo. A negociação é uma opção comum para a resolução de conflitos, motivada pela economia de tempo, inovação nas soluções, economia de recursos e confidencialidade. No entanto, a negociação intuitiva não é a abordagem mais eficaz. O advogado, atuando como negociador profissional, precisa desenvolver habilidades de comunicação e negociação, incluindo a capacidade de exercer influência e persuasão. Ela está intrinsecamente relacionada à persuasão, exigindo que o advogado compreenda estratégias não apenas para influenciar, mas também para reconhecer quando está sendo influenciado.

Portanto, o objetivo deste trabalho é enfatizar a necessidade de capacitação do advogado em persuasão e negociação, apresentando técnicas e estratégias das ciências sociais para que o negociador compreenda o processo de tomada de decisão humana e seja capaz de modificar posições e opiniões da outra parte durante a negociação. Os tópicos fornecem uma estrutura abrangente para explorar a importância da influência e persuasão na negociação, utilizando exemplos também da ficção.

2. OS FUNDAMENTOS DA NEGOCIAÇÃO

A negociação é uma técnica para resolver desacordos, mitigar conflitos e alcançar um acordo que beneficie todas as partes envolvidas, evitando assim mal-entendidos e disputas. De acordo com Lewicki, Saunders e Berry (2014), a negociação pode ser conceituada como um processo que duas ou mais partes tentam resolver os interesses opostos de ambas. A negociação é mais uma dentre os vários mecanismos que são utilizados pelas partes para dirimir os conflitos.

Embora frequentemente associada a contextos empresariais ou diplomáticos, a negociação faz parte do dia a dia de todos os indivíduos, por exemplo: grupos de amigos que negociam constantemente para decidirem onde irão jantar, os casais negociam tempo para passarem juntos, os pais e filhos que negociam o que irão assistir na televisão. Isto demonstra que a negociação está presente constantemente na vida das pessoas.

Correia (2015) menciona que todos, em algum ponto, são negociadores, pois em quase tudo no dia a dia existe a negociação, como por exemplo na realização de tarefas domésticas, na divisão de um trabalho em grupo na escola, situações cotidianas vivenciadas por muitas pessoas.

Dado tudo isso, é crucial entender como os comportamentos comunicativos podem ser utilizados na administração de conflitos. Conflitos são percebidos entre pelo menos duas partes devido a objetivos considerados incompatíveis e recursos limitados para alcançá-los, resultando em uma sensação de interferência de uma parte nos objetivos da outra. Essas discordâncias podem envolver interesses, recursos, crenças, valores ou ações divergentes entre as partes.

Os pesquisadores, de acordo com Lewicki, Saunders e Berry (2014), que estudam sobre a negociação, declaram que a negociação tem características em comuns. Primeiro, é importante destacar que as negociações envolvem duas ou mais partes, que podem ser pessoas, grupos ou negociações, pois de maneira geral a negociação é vista como um processo entre pessoas ou grupos.

Além disso, em uma negociação existe conflito entre as necessidades e os desejos das partes que precisa ser resolvido, pois deve-se levar em consideração que uma parte pode não necessariamente desejar o mesmo que a outra parte, de modo que ambas devem encontrar um meio de resolver tal conflito, aponta Lewicki, Saunders e Berry (2014). Um exemplo que pode ser dado é no caso de férias escolares de uma

criança, pois os pais precisam saber como negociar, o quanto tem que gastar, aonde ir, dentre outras questões.

Destarte, as partes negociam, pois, compreendem que através da negociação chegaram a resultados esperados, do que apenas aceitarem o que a outra parte pode oferecer. A questão é que se negocia, pois pensa-se que aquele resultado pode ser melhorado, em vez de se aceitar uma situação em que não há a negociação, aceitando simplesmente o que o outro lado pode oferecer.

E por fim, de acordo com os pesquisadores, quando se negocia, espera-se um processo de “dar e receber”, no qual espera-se que as partes alterem ou abandonem as suas propostas ou demandas iniciais. Ademias, a negociação possui 6 elementos:

Figura 1- Elementos da Negociação



Fonte: Faria, 2023.

Esses sete elementos da negociação são considerados como a base, assim como também para o sucesso das transações. Em síntese, eles são: Interesses; opções ou alternativas; critérios; ancoragem; zona de acordo (ZAP), e *best alternative a negotiate agreement* (BATNA), de acordo com Malta (2022).

As opções consistem em apresentar alternativas consideradas plausíveis para que haja a negociação, e desta maneira, permite o andamento do processo, desta maneira cria maior satisfação entre as partes, aponta Faria (2023). No que tange aos interesses, trata-se do que o negociador deseja, e são fundamentais para a negociação, pois os interesses guiam os indivíduos na fala e nas ações. Os critérios, assim mencionados por Malta (2022), que são os meios pelos quais se atende aos interesses do negociador, de modo que para cada desejo e interesse que for exposto, deverá haver um critério objetivo.

A comunicação, de acordo com Sousa (2024), refere-se tanto a linguagem verbal, quanto a linguagem não verbal, dentre outros comportamentos que podem externar as mensagens sobre as nossas expectativas.

A zona de acordo possível ou ZAP, consiste na determinação de limites mínimos e máximos para a realização do acordo durante a negociação, por exemplo, quando se trata da definição de um produto ou de serviço, se estabelece o preço máximo e mínimo pago por ele. E com base nisso, deve-se ter em mente a ancoragem, que leva em consideração a ZAP, pois se sabe qual é a zona de acordo é possível se realizar uma oferta na negociação.

No que tange a Best alternative a negotiate agreement (BATNA), consiste em compreender as alternativas que se possui para se cobrir suas necessidades, caso a parte oposta não entre em acordo, tratando-se basicamente de um plano B, afirma Malta (2022).

Destaca Arruda (2015), que a negociação é utilizada para que se economize tempo e dinheiro, e para que se evite o rompimento de relações entre as pessoas que estão envolvidas, nesse contexto cita-se:

Menkel compara a negociação a uma dança, pois (i) a outra parte não deve ser vista como adversário, e sim como parceiro; (ii) a dança ocorre em diversas etapas; (iii) é necessário habilidade em seguir e liderar o parceiro; (iv) além de empatia para se colocar em seu lugar, mas sem pisar em seus dedos; (v) é preciso estar ombro a ombro, lado a lado; (vi) deve haver movimento, equilíbrio e confiança; e, (vii) ainda, os terceiros imparciais são como coreógrafos, não como juizes em um evento esportivo. (Arruda, 2015, p. 16).

Em uma negociação assim como destaca Menkel, as partes não devem enxergar umas a outras como adversárias, mas tão somente como parceiros, colocando em prática a questão da empatia, para que se possa entender o outro lado, necessário é saber conduzir a comunicação e a negociação.

Outra informação importante a mencionar trazida por Arruda (2015) é que, diferentemente da conciliação e da mediação, o processo de negociação não conta com a presença de terceiros, uma vez que só há diálogo entre as partes envolvidas.

2.1 Os cenários para a negociação

Para que a negociação seja eficaz é importante considerar alguns aspectos, de acordo com Matos (2014), o primeiro é o clima social para a negociação, as partes devem possuir espírito aberto, receptivo e integrador; negociação como atitude permanente; postura essencialmente proativa. Além disso é importante ter qualidade de vidas nas organizações, que consiste na qualidade de trabalho, com a valorização humana da figura do trabalhador por exemplo.

Além disso, é importante definir e trabalhar na melhoria do perfil de negociador, devendo considerar pré-requisitos como: lealdade (boa-fé); integridade (autenticidade); tolerância (espírito conciliador); renúncia (disposição para ceder algo); e disponibilidade para o diálogo, aponta Matos (2014).

Um outro cenário a ser observado, é no que tange a dinâmica da negociação, e nesse sentido o autor aponta:

- "•seguir uma metodologia, de modo que se possam desenvolver uma filosofia e uma postura de negociação permanente;
- evitar o casuísmo imediatista e improvisações que gerem a cronificação das situações de conflito;
- abordar o conflito com uma estratégia tridimensional: em nível comportamental (atitudes e comportamentos adequados), técnico (o conhecimento especializado e a tecnologia de comunicação para o estabelecimento de processos de convivência: o relacionamento humano no trabalho) e organizacional (a visão global e sistêmica da organização como uma realidade cultural e expressão marcante da qualidade do sistema de liderança: gerentes integrados em torno de objetivos comuns, atuando como agentes de renovação institucional)." (Matos, 2014, p.47)

É importante utilizar uma forma de negociar, de modo que aquela maneira se torne permanente, evitando certos tipos de atitude que venham gerar a piora do

conflito. Deve-se ter estratégias quanto ao comportamento, tomando atitudes adequadas, o negociador precisa utilizar uma comunicação adequada.

3. PERSUASÃO E INFLUÊNCIA NAS NEGOCIAÇÕES

Lewicki, Saunders e Berry (2014) caracterizam influência como o conjunto de táticas e mensagens que indivíduos empregam para induzir mudanças na atitude e comportamento dos outros. No passado, acreditava-se que a influência eficaz ocorria quando o destinatário da mensagem a recebia, prestava atenção, compreendia e aceitava seu conteúdo.

Entretanto, estudos feitos recentemente revelaram que mudanças na atitude e comportamento podem ocorrer mesmo sem que o destinatário compreenda ou retenha as informações específicas da mensagem, indicando que as pessoas podem ser influenciadas mesmo sem prestar atenção.

Os autores propõem que a persuasão se faz através de duas vias, quais seja a via central e a via periférica, categorias estas fundamentais que devem ser observadas na negociação. Mesmo que os indivíduos detenham diferentes habilidades relacionadas a persuasão, eles podem aprimorar suas técnicas através de ferramentas de influência. Destaca-se que uma comunicação eficaz é primordial para a realização de um acordo, assim como para persuadir a outra parte a negociar e buscar opções que venham a beneficiar ambos.

Neste sentido, Arruda (2015) salienta que a negociação em si é método de resolução de conflitos, no qual se usa uma comunicação voltada para a persuasão. Stanchi (2006) observa a relevância atribuída pelo público-alvo à mensagem persuasiva, que consiste em um fator essencial para a influência, permitindo que os destinatários possam associar a mensagem às suas próprias crenças e valores, e isto está fortemente conectado ao processo de tomada de decisões.

É importante salientar que o olhar é o primeiro instrumento de persuasão; é com ele que nos fazemos escutar e que nos comunicamos, aponta Stern (2017). Para que haja um trabalho no posicionamento corporal durante a negociação, para que se passe confiança, a presença deve ser firme, sem arrogância, de modo que permita que o interlocutor compreenda o mais rápido possível a finalidade da fala.

O envolvimento está diretamente relacionado às duas vias de influência identificadas por Lewicki Saunders e Berry (2014), a via central concentra-se no conteúdo da mensagem e resulta em um comprometimento interno mais duradouro e resistente. Por outro lado, a via periférica considera as distrações, formato e ordem da mensagem, resultando em um compromisso mais simples, relativamente breve, mas com maior chance de influências contrárias.

As vias de influência, são distinguidas por Stanchi (2006) pela profundidade com que os destinatários consideram o tema e a mensagem. Na via do processamento central, os destinatários avaliam cuidadosa e criticamente os argumentos, enquanto na via periférica, o processamento é menos reflexivo e muitas vezes baseado em atalhos não relacionados ao mérito da mensagem.

Em relação ao conteúdo, sugere tornar a oferta atrativa, estruturar a mensagem para induzir ao consentimento, torná-la normativa e sugerir um acordo desde o início. Quanto à estrutura, destaca a importância de uma abordagem bilateral, a fragmentação de argumentos complexos em partes compreensíveis e o uso de repetições.

Em relação à retórica, esta é importante tanto para a influência quanto para a persuasão, pode-se dizer que é a arte da eloquência, de falar bem e ter boa desenvoltura durante uma fala, e segundo Nascimento (2013) a retórica deve ser entendida como a arte de apresentar uma ideia ou tese de forma persuasiva. Destarte, a retórica apresenta três partes: a Invenção, Disposição e Expressão.

A invenção pode ser compreendida como a busca por argumentos, provas, como por exemplo um advogado que atua em um processo necessita de argumentos e provas para fundamentar suas alegações, os advogados devem, portanto, buscar elementos para a sua tese. Dos elementos que ele traz, alguns podem constar dos autos, e são provas, como documentos, laudos e depoimentos; já outros são argumentos tirados da criatividade do advogado.

A disposição por sua vez, consiste na ordem do encadeamento destas provas e argumentos, e a expressão é a maneira precisa e transparência de expor estes argumentos e provas, explica Nascimento (2013), que assim acrescenta:

(...) após a busca dos elementos, a ordem em que devem figurar, o profissional redige; aqui, todos os requisitos de uma linguagem clara, breve, lógica, isto é, persuasiva. Estas regras estão na lição de Cícero, quando recomenda ao orador estes preceitos: "*Quid dicat, et quo quidque loco, et quo*

modo” (De Oratore, IV) que, livremente, se entende por: “o que se deve dizer, como dispor o que deve dizer e, finalmente, de que modo se deve dizer”.(Nascimento, 2013, p. 386).

Após ocorrer a ordem das provas e argumentos de maneira sistemática, o profissional deve procurar uma linguagem clara, precisa, e persuasiva, que venha a ser usada para convencimento do magistrado.

Os operadores de direito assim como os negociadores precisam ser preocupar com a maneira que as pessoas processam as informações e tomam suas decisões, de acordo com Arruda (2015). O autor cita Lewicki, que segundo este, a influência pode ser compreendida como o conjunto de estratégias que se usa para trazer mudanças tanto de atitude quanto de comportamento.

Pesquisas recentes afirmam que se pode ter uma mudança de comportamentos sem que entenda ou retenha as informações específicas de determinada mensagem, ou seja, as pessoas podem ter os seus comportamentos mudados sem que sequer prestem atenção. Mesmo que cada indivíduo tenha maneiras diferentes de persuasão, pode haver uma melhora através de ferramentas de influência e uma comunicação eficiente e precisa, aponta Arruda (2015), neste sentido destaca-se:

Por sua vez, utiliza-se a rota periférica quando o receptor não está prestando atenção no conteúdo, e aí poderá ser influenciado pelos atributos da pessoa que transmite a mensagem e pelo modo como a mensagem foi expressa¹¹⁶. Assim, a credibilidade do negociador; sua reputação em relação à confiabilidade e integridade; a maneira como se apresenta e se comunica; as primeiras impressões; as diferenças de status; sua persistência e determinação e a habilidade de não deixar transparecer a intenção de persuadir são características que exercem influência sobre o destinatário na rota periférica¹. (Arruda, 2015, p. 39).

A rota periférica, abordada pelo autor, diz respeito sobre as distrações e o formato de como a mensagem está sendo transmitida, de modo que quando as pessoas não estão prestando atenção na mensagem de quem está expondo, este poderá ser influenciado pelos atributos de quem está falando, assim como pela maneira que esta expressou. Portanto, a maneira como a pessoa se apresenta, se porta, além de sua credibilidade, e confiança são características que exercem grande influência ao receptor. Destaca-se que o negociador deverá atentar-se para a questão do aumento de influência sobre a questão de envolvimento da outra parte, de modo que utilizando as estratégias certas, poderá obter vantagens a seu favor.

3.1 Técnicas de Persuasão

De acordo com Nascimento (2013), o termo persuadir originou-se da raiz latina *suadere* – aconselhar, no entanto, fugiu a esse conceito. O verbo latino *persuadeo, es, ere, persuasi, persuasum* possui os significados de: persuadir, induzir, convencer, levar a crer, entre outras. A persuasão aproveita-se da retórica e da dialética, de modo que o estudo destas artes é importante para a atuação de um advogado, por exemplo. Uma técnica abordada pelo autor é que quando se tratar de um assunto difícil, deve-se decompor e tratá-lo em partes, com clareza cada uma delas, para que desta forma, possa compreendê-las melhor. Um outro método trazido por Nascimento (2013), e que os operadores de direito, assim como os negociadores devem observar e ter em mente, é que se deve conhecer os argumentos que se lhe oporão, de modo a pôr-se na situação de seu opositor e verificar quais os argumentos que usaria.

Além disso, deve-se optar pela utilização de linguagem clara, evitando falas e colocações obscuras, de modo que o ouvinte entenda de modo correto o que se está expressando, de modo que deve se ter ideia clara da proposição que pretenda demonstrar e dos argumentos em que deve fundamentar-se.

4. ESTRATÉGIAS DE NEGOCIAÇÃO E PERSUASÃO NA CULTURA POP: LIÇÕES DE HARVEY SPECTER E JORDAN BELFORT

A negociação e a persuasão são habilidades fundamentais no mundo dos negócios, influenciando o sucesso de transações comerciais, acordos contratuais e relacionamentos empresariais. Neste contexto, a cultura pop oferece uma rica fonte de exemplos e inspirações, revelando estratégias empregadas por personagens marcantes como Harvey Specter de "Suits" e Jordan Belfort de "O Lobo de Wall Street". Destes personagens emblemáticos, pode-se extrair lições de negociação e persuasão.

4.1 Harvey Specter de "Suits"

Harvey Specter, é um advogado renomado do escritório fictício Pearson Hardman, e é conhecido por sua confiança inabalável e suas habilidades persuasivas. Sua abordagem é marcada por três principais estratégias: Confiança e Autoconfiança,

Harvey transmite muita confiança em suas negociações, passando autoridade e competência que muitas vezes leva seus oponentes a cederem às suas demandas.

Além disso, pode se dizer que o seu foco são os resultados, aponta a reportagem¹ do Site Conquer Business School, de 2018, que possui inclusive um ar de arrogância e muitas vezes de prepotência, e mesmo assim o personagem dá muitas aulas sobre negociação.

Harvey, também, investe tanto tempo e esforço para entender profundamente o seu cliente, assim como também o seu adversário, antecipando seus movimentos e adaptando suas estratégias em conformidade. Essa abordagem permite que ele esteja sempre um passo à frente durante as negociações.

Um das características mais marcantes do personagem é a sua autoconfiança, que é um ponto essencial no processo de convencimento, ele portanto usa de sua imagem de notoriedade para até intimidar seus oponentes, fazendo com que todos o respeitem.

Além disso, ele possui uma persuasão perspicaz, pois é bom em encontrar pontos fracos e pontos de pressão em seus adversários, e acaba usando isso a seu favor durante as negociações. Ele sabe como manusear e usar seus argumentos para convencer e persuadir.

Outro ponto favorável do personagem, é que ele sempre possui um plano B, caso o principal venha a falhar, e isto é fundamental caso a negociação não saia como o planejado, deve-se ter uma saída para este tipo de hipótese.

4.2 Jordan Belfort de "O Lobo de Wall Street"

Leonardo DiCaprio vive o personagem Jordan Belfort, no filme de 2013, que é um corretor de valores notório por suas habilidades persuasivas e seu estilo de vida extravagante e exagerado. Pode-se dizer que as suas estratégias de negociação são marcadas tanto pelo carisma quanto pela persuasão, pois o personagem possui um carisma marcante que o permite envolver seu público e clientes.

¹ Reportagem sobre Harvey Specter: o melhor ou o pior exemplo de negociador? no site Conquer Business School, 2018.

Para Alfredo (2023), o filme inverte a ética dos negócios, pois retrata-se fraquezas ao invés de virtudes, pois o personagem no filme utiliza muitas táticas que podem ser consideradas como questionáveis para poder enriquecer, abusando da ingenuidade dos investidores.

O personagem fictício usa técnicas de vendas agressivas e de alto impacto para poder fechar os seus negócios, gerando uma narrativa convincente em torno de seus produtos financeiros e destacando os benefícios enquanto minimiza os riscos. Além disso, o corretor é bom na linguagem persuasiva e na comunicação não verbal, pois ele sabe escolher as palavras certas a dizer além de utilizar uma linguagem corporal que reforçam sua mensagem e cria um impacto emocional.

Apesar dos personagens operarem em indústrias diferentes e possuírem abordagens distintas, ambos compartilham algumas semelhanças quanto as estratégias de negociação e persuasão, pois possuem confiança e são habilidosos em identificar e explorar as fraquezas de seus adversários.

Entretanto, destaca-se que as suas abordagens diferenciam em certos aspectos, pois os campos de atuação divergem, enquanto Harvey Specter exerce o seu conhecimento jurídico e habilidades de argumentação para persuadir enquanto advogado renomado, o corretor Jordan Belfort vale-se de técnicas de vendas agressivas e carisma pessoal para poder exercer influência nas pessoas.

Ambos os casos oferecem lições valiosas sobre as estratégias de negociação e persuasão, principalmente no que concerne a importância de possuir confiança, conhecimento do cliente e adversário, carisma e comunicação eficiente.

5. CONCLUSÃO

A negociação é umas das maneiras mais antigas para resolver os conflitos, mesmo que haja uma preferência entre as pessoas pela via judicial. Entretanto, a justiça atualmente tem optado por meios alternativos de resolução dos conflitos, como por exemplo através da autocomposição para solução das disputas.

Em suma, a questão da instrução em negociação e persuasão emerge como um componente essencial para profissionais do direito e agentes envolvidos em processos de negociação em diferentes tipos de contextos. Mesmo que o sistema judiciário realce a necessidade de utilizar as vias alternativas, como a negociação que

inclusive promove benefícios as partes por ser mais célere e mais barato, ainda assim, para que se alcance soluções e negociações satisfatórias, é imprescindível possuir habilidades de comunicação, influência e persuasão.

O presente trabalho buscou analisar os fundamentos da negociação, de modo que as partes venham compreender que através da negociação é possível chegar a resultados esperados, sem apenas simplesmente aceitar o que a outra parte tem a oferecer. Além disso, compreendeu os elementos essenciais das negociações e que através destas, as negociações resultam em sucessos.

A persuasão e a influência são habilidades que todos os negociadores, assim como advogados e os operadores do direito devem aperfeiçoar para que suas transações e negociações obtenham resultados positivos, é preciso ter a habilidade de convencer e motivar as partes envolvidas de modo que venham a aceitar a ideia, a proposta ou até mesmo o serviço que é oferecido.

Os casos emblemáticos expostos da ficção de Harvey Specter e Jordan Belfort, proporcionam lições e aprendizagens valiosas quanto ao aprimoramento das estratégias de negociação e o fechamento de acordos que sejam mutuamente vantajosos. Desse modo, o investimento na instrução em negociação e persuasão se consubstancia como uma peça-chave para o sucesso nas negociações, promovendo soluções mais eficazes e satisfatórias para todas as partes envolvidas.

6. REFERÊNCIAS

ALFREDO. Nicolau. **O Lobo de Wall Street: 0 Ética nos Negócios**, 2023. Disponível em: <https://nicolaualfredo.com/o-lobo-de-wall-street/>. Acesso em: 01 mai. 2024.

ARRUDA, Priscilla Santos. **Influência e persuasão na negociação**. 2015. 53 f., il. Monografia (Bacharelado em Direito)—Universidade de Brasília, Brasília, 2015.
CIALDINI, Robert B. **The psychology of influence**. New York: William Morrow&Co, 1993.

CONQUER BUSINESS SCHOOL. **Harvey Specter: o melhor ou o pior exemplo de negociador?** Publicado em 2018. Disponível em: <https://blog.escolaconquer.com.br/harvey-specter-o-melhor-ou-o-pior-exemplo-de-negociador/#:~:text=O%20Harvey%20quase%20nunca%20%C3%A9,as%20pesso a s%20dizem%20que%20querem>. Acesso em: 02 mai. 2024.

DE Dreu, CKW e Gelfand, MJ (Eds.). (2008). **A psicologia do conflito e a gestão de conflitos nas organizações**. Grupo Taylor & Francis/Lawrence Erlbaum Associates.

FARIA, Carlos Henrique. **Sete Elementos que nos ajudam a negociar melhor**, 2023. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/sete-elementos-que-nosajudam-negociar-melhor-carlos-henrique-faria/>. Acesso em: 01 mai. 2024.

Filme O Lobo de Wall Street: **Uma Análise do Filme com DiCaprio**. Disponível em: <https://riquinho.net.br/filme-o-lobo-de-wall-street-uma-analise-do-filme-estreladopor-leonardo-dicaprio/>. Acesso em: 31 mar. 2024.

GOMES, A. **Comunicação, conflitos e negociação**: uma perspectiva teórica e implicações práticas communication. Revista Pesquisa em Psicologia Aplicada -v, n. 1, 2023.

GUTHRIE, Chris. **Principles of Influence in Negotiation**. Marq. L. Rev. 87. 2004. HARVEY. Specter. Disponível em: https://suits.fandom.com/ptbr/wiki/Harvey_Specter. Acesso em: 31 mar. 2024.

LEWICKI, Roy J. SAUNDERS, David M. BARRY, Bruce. **Fundamentos de negociação**, 5. Edição, AMGH Editora Ltda., 2014.

MALTA, Rafael. **Entenda quais são os 6 elementos da negociação**, 2022. Disponível em: [https://representamais.com.br/2022/02/28/entenda-6-elementos-danegociacao/#:~:text=Os%206%20elementos%20da%20negocia%C3%A7%C3%A3o%20s%C3%A3o%20considerados%20a%20base%2C%20bem,a%20negotiate%20a%20greemente%20\(%20BATNA\)](https://representamais.com.br/2022/02/28/entenda-6-elementos-danegociacao/#:~:text=Os%206%20elementos%20da%20negocia%C3%A7%C3%A3o%20s%C3%A3o%20considerados%20a%20base%2C%20bem,a%20negotiate%20a%20greemente%20(%20BATNA).). Acesso em: 01 mai. 2024.

MATOS, F. G. D. **Negociação e conflito**. São Paulo: Saraiva, 2014. E-book.

MENKEL-MEADOW, Carrie; SCHNEIDER, Andrea Kupfer; LOVE, Lela Porter.

NASCIMENTO, M. E. D. N. E. **Lógica aplicada à advocacia**: técnica de persuasão, 6ª edição. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. E-book.

Negotiation: Processes for Problem Solving. New York: Aspen. 2006.

Negociação - **Fundamentos, Competências e Prática** | Edições Sílabo. Disponível em: <https://silabo.pt/catalogo/competencias-profissionais/livro/negociacaofundamentos-competencias-e-pratica/>. Acesso em: 31 mar. 2024.

RUBIO, Débora. GOMES, Deyvid Dorneles. TRINDADE, Dorival Paula. SANTANA, Karem Cristine de Araújo. **Negociação e persuasão**: técnicas para geração de lucros e ampliação de mercado, 2009. Disponível em:

https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170531140135.pdf. Acesso em: 01 mai. 2024.

RUSSEL, Korobkin. **Negotiation**: Theory and Strategy. New York: Aspen Law & Business, 2002.

SOUSA, José Meireles de. **Negociação internacional**: técnicas e estratégias. Editora Senac São Paulo, 26 de mar. de 2024.

STAFF, H. N. Roger Fisher (1922-2012). Disponível em: <<https://hls.harvard.edu/today/roger-fisher-1922-2012/>>.

STANCHI, Kathryn M. **A Ciência da Persuasão: Uma Exploração Inicial**, 2006. Trabalhos Acadêmicos. Disponível em: <https://scholars.law.unlv.edu/facpub/1244>. Acesso em: 01 mai. 2024.

STERN, P. **Negociação**. São Paulo: Saraiva, 2017. E-book.