

E-BOOK

III CONGRESSO NACIONAL DE COACHING JURÍDICO

ADVOCACIA DE RESULTADOS SEM PERDER
A QUALIDADE DE VIDA



COACHING

ORGANIZADORES

TICIANA ARÊA LEÃO, KAREM CORRÊA E REILLE GOMES

Afonso Paciléo - @advcoach
Competências e habilidades do(a) Advogado(a) moderno(a)

Alexandre Motta - @grupoinrise
Blindagem Institucional

Bruno Alegria - @drbrunoalegria
Técnicas de Argumentação no Exercício da Advocacia

Débora Pontes - @eudeborapontes
Gestão de tempo e produtividade: o tempo como seu aliado

Eduarda Chaves - @eduardachavestosi
Seja Líder de Si Mesmo e de Seus Clientes

Érika Siqueira - @erikasiqueira.consultoria
Mindfulness e Resultados na Advocacia

Fabricio Almeida Carraro - @fabricio.a.carraro
Meditação e Resultados na Advocacia

Marco Aurélio Silva Costa Júnior - @marcoareliojr17
Como Fechar mais Contratos e Aumentar a Carteira de Clientes na Advocacia

Paulo Vieira - @paulovcoach
A Verdade sobre a Inteligência Emocional

Raquel Peres - @raquelperes.of
A Importância da Comunicação Assertiva

Reille Gomes - @reille.gomes
Como Usar as Redes Sociais para Gerar Bons Negócios (Marketing Jurídico)

Renata de Alcântara e Silva Terra - @renataasterra
Oratória: Ferramenta Fundamental para Resultados na Advocacia

Ricardo Diogo Medeiros de Araujo -
@ricardomedeirosdearaujo
A Auto Responsabilidade como Ferramenta de Sucesso na Advocacia

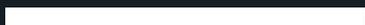
Ticiane Arêa Leão - @ticianaleao
Reprogramação de Crenças

Walter Santana - @waltersantanacoach
Metas e Objetivos Neurologicamente corretos

ARTIGOS

**COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO
(A) ADVOGADO(A) MODERNO(A)**

(AFONSO PACILÉO)



Não é segredo para ninguém que, atualmente, no Brasil e no mundo, o mercado da advocacia passa por constantes e progressivas transformações. Esse novo mercado exige que o advogado fuja do tradicionalismo e busque algumas competências e habilidades que o adequem às novas expectativas da advocacia.

É preciso aceitar que o mundo mudou: o diploma de formação em Direito já não é mais suficiente para ser bem-sucedido. O advogado moderno não tem outra opção a não ser reinventar-se, adaptar-se às mudanças e buscar um diferencial competitivo.

Nesse novo cenário, o empreendedorismo é muito valorizado e surge como o caminho mais assertivo para uma carreira de sucesso.

Advocacia empreendedora

Quando falamos em empreendedorismo, é comum pensar que esse conceito se restringe apenas à criação de uma nova empresa, mas o ato de empreender vai muito além disso.

No mercado jurídico, o empreendedorismo é visto de forma muito mais ampla e está relacionado a uma série de práticas de inovação, gestão inteligente e oferta de soluções ágeis e criativas em um escritório de advocacia.

O advogado empreendedor é aquele que não tem medo de usar as soluções tecnológicas disponíveis no mercado, que se compromete com estratégias de gestão avançada e que busca sempre inovar para oferecer os melhores serviços para o seu cliente.

Esse profissional não tem medo do mito do “mercado saturado”, pois sabe que sempre existirá espaço para quem corre atrás de aprender e fazer mais e melhor.

Competências e habilidades do(a) advogado(a) moderno(a)

Nesse momento, você, certamente, já entendeu que a figura do advogado tradicional, engessado e desinteressado já não tem vez no mercado jurídico.

A advocacia moderna exige muito mais do que o conhecimento técnico do Direito e da legislação.

É preciso ter também uma extensa visão estratégica das tendências e transformações do mundo jurídico.

O mercado agora pertence ao advogado dinâmico, criativo, com espírito empreendedor e capacidade de pensar “fora da caixa”.

Podemos dizer que o advogado empreendedor atua com base em três pilares:

- **Gestão inteligente e disruptiva:** é a capacidade de gerir o próprio escritório de advocacia e dominar todos os seus procedimentos, fluxos e rotinas internas de trabalho, indicadores de desempenho e cultura organizacional. Essa postura também é um grande diferencial competitivo.
- **Tecnologia:** as soluções tecnológicas são grandes aliadas da advocacia empreendedora e da gestão estratégica. O uso de ferramentas de Inteligência Artificial e softwares jurídicos, por exemplo, ajudam na automação de tarefas mecânicas e burocráticas, organização de documentos, geração de relatórios, relacionamento com o cliente e controle de processos, prazos e audiências. Dessa forma, o advogado consegue otimizar seu próprio tempo e o de sua equipe para se dedicar a outras demandas e

estratégias de crescimento.

- **Marketing Jurídico:** o Marketing Jurídico deixou de ser apenas um diferencial competitivo e agora é essencial para a sobrevivência e crescimento de um escritório de advocacia. As estratégias têm o objetivo de estabelecer presença digital para o advogado e, assim, aumentar a visibilidade e a credibilidade no mercado, construir um relacionamento mais próximo com o público-alvo e realizar a prospecção ética de novos clientes, sempre de acordo com as regras da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB).

Além desses três pilares, existem também algumas habilidades e competências indispensáveis ao advogado empreendedor e que devem estar presentes na sua postura profissional diariamente.

São elas:

- **Inteligência emocional**

O exercício da advocacia, por si só, já exige grande inteligência emocional. Afinal, os advogados precisam ter neutralidade, sabedoria, firmeza e equilíbrio para lidar com os problemas dos clientes, urgências, prazos e riscos. No empreendedorismo não é diferente. Ser um advogado empreendedor demanda não apenas habilidades técnicas, mas também habilidades comportamentais que devem ser diariamente desenvolvidas e praticadas. Alguns exemplos são: postura racional, resiliência, otimismo, empatia, tolerância e comunicação assertiva. Com isso, o profissional será capaz de lidar com os desafios e obstáculos dessa jornada com muito mais facilidade.

- **Conhecimento multidisciplinar**

Todo advogado, naturalmente, precisa investir em aprendizado contínuo, visto que a legislação passa por

atualizações a todo momento. No entanto, a advocacia moderna não se limita mais a esse conhecimento técnico. O profissional deve combinar sua área de formação ou especialização com outros campos de conhecimento e desenvolver habilidades multidisciplinares. Na advocacia empreendedora, são conhecimentos importantes a gestão de projetos e pessoas, a análise de dados, o Legal Design e o mundo dos negócios, por exemplo.

• Liderança

Um bom líder é capaz de conduzir, motivar e influenciar positivamente. O advogado empreendedor deve inspirar confiança, credibilidade e desejo de crescer em seus colaboradores, parceiros, clientes, sócios e investidores. Oferecer serviços inovadores é importante, mas, para se destacar no mercado, ele também precisa de uma equipe motivada, satisfeita e disposta a contribuir para o crescimento do negócio.

Essas são apenas algumas das habilidades que vão te ajudar a alcançar o sucesso na advocacia.

Se existe um bom conselho a ser dado a todos os advogados, aqui está: pense fora da caixa!

Não tenha medo de se desafiar, aceite os obstáculos e foque sempre no resultado e na superação. Só assim, você será capaz de conquistar uma posição de destaque e ter uma carreira jurídica de sucesso.

BLINDAGEM INSTITUCIONAL

(ALEXANDRE MOTTA)



Muitas vezes esquecida dentro do patamar institucional necessário nos dias de hoje, a imagem corporativa que um escritório reflete no mercado é essencial para sua evolução nesse cenário de extrema competitividade. Mas não estamos falando de qualquer visualização. Estamos falando da imagem correta, parruda, onde as pessoas possam olhar e identificar seu escritório (independentemente de seu tamanho) como merecedor de status de escritório sólido.

É comum no mercado um escritório não entender porque as ações de marketing não dão resultado. Quando fazemos a análise pontual para entender a causa desta falta de resultados, 80% destes não se atentaram em criar uma imagem interessante e condizente com que as pessoas esperam de um escritório de advocacia que possa solucionar seus problemas.

Veja, é simples: qualquer ação de marketing – qualquer uma, seja online ou offline – inevitavelmente vai cair na imagem do escritório. Estas ações comentadas são apenas um meio para que as pessoas que tem problemas jurídicos possam te ver, te encontrar, te conhecer e eventualmente decidir se você pode ajudá-las a resolver suas necessidades. E o problema está aí: você faz a ação correta, joga a isca certa, seu futuro cliente é atraído por aquele gancho e quando vai te “investigar”, não acha nada ou, pior, se decepciona com o que vê. Como, infelizmente, o que não falta hoje no mundo são advogados querendo clientes, esse seu prospect desiste e simplesmente passa para outro advogado ou escritório com uma imagem mais potente. O mercado tem esse poder e os advogados não percebem. Se um advogado não me agradou, eu simplesmente passo para o próximo. Entenda que o mercado não sabe avaliar tecnicamente um advogado, então a avaliação cai puramente na percepção que este cidadão sente de você. Se não agradou, o próximo agrada.

Aliás não confunda quando eu falo de imagem “corporativa”. Advogados que trabalham sozinho também precisam se adequar ao quesito “criação de uma imagem empresarial”. O mercado está acirrado demais para você se deixar levar pela corrente e se você pesquisar um pouco em nosso amigo Google perceberá que inúmeros advogados “solo” já criaram sua imagem definitiva perante o mercado. Não use a desculpa “mas eu trabalho sozinho” para negligenciar sua obrigação de criar uma imagem vendável.

Mas o que é então “criar a sua imagem corporativa ou empresarial”? Isso nada mais é do que montar os materiais institucionais que efetivamente podem ser vistos, analisados e investigados pelo mercado. São os materiais que te mostram da maneira correta e alinhada com seu objetivo final de crescimento. Isso eu chamo de Blindagem Institucional.

Este termo que eu criei, Blindagem Institucional, pode parecer algo que apenas escritórios maiores possam fazer, mas não. O conceito envolve apenas seis ferramentas que, se trabalhadas da maneira correta, criam a imagem adequada para o mercado. São elas:

Logotipo que é representação gráfica do nome do seu escritório.

Site que é a “casa” institucional de um advogado ou escritório e contém todas as informações de conteúdo histórico, validação mercadológica e de benefícios que o mesmo pode ajudar o mercado. Este é um dos materiais institucionais mais visitados.

Folder impresso que, mesmo em uma era modernizada, ainda faz parte de uma estratégia de marketing concisa, ajudando outras ferramentas como reuniões prospectivas, palestras, eventos e outras.

Folder digital que acaba se tornando, em muitas estratégias, o primeiro contato que o mercado prospectivo tem de sua carreira.

Newsletter que é a maneira de manter o contato efetivo com clientes ativos, inativos e eventualmente com clientes que já permitiram uma comunicação real com o escritório, seja por e-mail, whatsapp ou outra maneira que consiga acessar efetivamente o público. A ideia por trás da newsletter é levar informação de qualidade ao mercado, ou seja, focar nas áreas de atuação dos clientes e, periodicamente, enviar novidades que possam ajudar esse empresário ou pessoa física a melhorar suas atividades no trabalho.

Redes sociais que, como todos sabemos, é a “bola da vez” em termos de marketing. Hoje existe uma série de redes sociais e, como não temos tempo e nem é aconselhável “atirar para todos os lados”, é importante trabalharmos as redes sociais mais conhecidas e que possam chegar diretamente ao nosso cliente ativo, inativo e prospectivo. No momento em que escrevo esta contribuição ao evento, as redes mais importantes e que devem ter nosso perfil empresarial são o Facebook, LinkedIn, Instagram e o Youtube.

E aí estão as 6 ferramentas que constituem o que denominei como Blindagem Institucional. Não se esqueça delas, nunca: logotipo, site, folder impresso, folder digital, newsletter e redes sociais. Reforço para registrar e ajudar.

Conceito Final de Blindagem Institucional

Então, para finalizar, quero conceitualizar definitivamente este conceito que criei:

Blindagem Institucional é a maneira como utilizamos os seis materiais institucionais mais impactantes (logotipo,

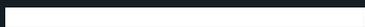
site, folder impresso, folder digital, newsletter e redes sociais) para delinear, desenhar e construir uma marca aderente ao que realmente somos e o que podemos fazer para ajudar o mercado. Mais do que isso, é controlar a visualização que o mercado tem de nosso escritório ou carreira para que a única mensagem passada seja a interpretação que o marketing quer que seja transmitida.

Nós controlamos a percepção que o mercado tem de nós.

Importante entender que as mudanças mercadológicas estão sempre evoluindo e que a Blindagem Institucional é apenas o ponto de começo e base do que deve ser criado a partir deste modelo. É, sinceramente, o básico do básico que um escritório precisa para estar na batalha do dia a dia.

**TÉCNICAS DE ARGUMENTAÇÃO NO
EXERCÍCIO DA ADVOCACIA**

(BRUNO ALEGRIA)



A argumentação é, sem sombra de dúvida, o alicerce do trabalho na advocacia. Argumento é todo tipo de raciocínio ou elemento que conduz à indução ou dedução de algo. Mais precisamente, argumentação é capacidade que temos de conduzir quem ouve, enxerga ou lê, a uma conclusão lógica, ou se preferir, à nossa conclusão!

E quando mencionamos sobre argumentação no exercício da Advocacia, diretamente somos conduzidos a pensar na argumentação final, com o juiz, ou aquele a quem se direcionam nossas falas e petições. Para a grande maioria dos advogados contemporâneos, algumas noções sobre esta arte de convencer já fazem parte do conjunto de competências essenciais.

Entretanto, quero te convidar para uma análise mais abrangente, e dividir a atuação profissional com o Poder da Argumentação em três grandes aspectos da atividade da Advocacia:

- A Argumentação com os Seus Clientes;
- A Argumentação ex adversa (parte contrária);
- A Argumentação para o resultado (jugador).

Mas antes de começarmos a mergulhar nesse maravilhoso assunto, vale lembrar de alguns dados importantíssimos. O primeiro deles é que, você já deve saber, nenhum profissional da advocacia adquire as super habilidades e se torna totalmente preparado após a aprovação no exame de Ordem! Sim, nem aquele indivíduo que carrega a vocação nata para a carreira, chega pronto para o mercado de trabalho. Basta analisar o seu início de carreira e de outros colegas. Portanto, quer seja pelo estudo ou pela prática vivencial, todos nós em algum momento somos conduzidos a adquirir soft skills para alicerçar nossa carreira.

Outro ponto importante é que, os advogados mais

experientes, há mais tempo no mercado, precisaram se esforçar muito mais que o profissional moderno para adquirir e desenvolver a argumentação jurídica, por um fator crucial: a tecnologia! Recursos de consulta a jurisprudência, jurimetria, cursos on-line facilitam e muito para esse aprofundamento. Veja, por exemplo, a possibilidade de participar deste Congresso Nacional de Coaching Jurídico, mesmo à distância!

A essa altura, certamente você já percebeu que não trataremos aqui sobre técnicas de argumentação em escrita, ou em hermenêutica jurídica. A proposta aqui é ir além! É explorar nossa capacidade de agir com fluência no mundo prático, no exercício diário da advocacia.

E nosso primeiro passo será exatamente a nossa construção de imagem profissional para atrair, fidelizar e atingir a expectativa do nosso público-alvo: o Cliente!

Abrir e ampliar uma carteira de clientes envolve muito a sua inteligência social. Aqueles que possuem maior dificuldade costumam utilizar frases prontas como “o mercado está saturado” ou “a OAB limita a divulgação” e até mesmo “os grandes escritórios sufocam os novos profissionais”. Convenhamos, essas desculpas não ocupam mais espaço, quando verdadeiramente analisamos os fatos. Se o mercado estivesse de fato saturado, não teríamos o curso de direito com uma busca cada vez mais crescente. Mais do que isso, talvez não notaríamos novos advogados com inscrições recentes, ocupando seu local no mercado. Da mesma forma, instrumentos como o provimento 205/2021, que padroniza o marketing jurídico, estão aí exatamente para manter o equilíbrio com as grandes bancas. E por óbvio, após analisar as duas anteriores, se percebemos novos profissionais surgindo e se destacando, e notamos que as medidas de marketing estão limitadas e acessíveis, é natural dizer que as grandes bancas não vão estrangular os recém chegados ao mercado.

O fato é que, mesmo nos escritórios tradicionais, o jovem advogado tem se tornado papel importante, por conta da facilidade em desenvolver novas habilidades. Portanto, o marketing jurídico, pessoal, digital, social, é fundamental hoje na construção da sua carreira. Mas esse tema, com toda certeza será muito mais aprofundado pelos maravilhosos profissionais que escrevem esse e-Book, e irão palestrar.

Então vamos conferir algumas ferramentas muito úteis para se chegar a novos clientes, independente do marketing jurídico.

Todo cliente espera resultado! E talvez uma das frases mais recorrentes que escutei em meu escritório foi: eu contratei outro escritório, gastei muito, e não resolvi! E tome cuidado com essa frase. Ela é o prenúncio de que seus honorários serão questionados. Eu sempre recomendo três passos na contratação com um novo cliente. O primeiro é a **escuta empática**. Saiba escutar sem interromper e opinar. Concorde com o ponto de vista do seu cliente, pois assim você terá condição de conhecer o modelo de mundo dele. Ouça e interaja com perguntas que podem te conduzir a entender como ele pensa, sente e se comporta. Note se a ideia dele é de que desperdiça dinheiro para resolver um problema, ou se ele acredita que investe dinheiro para evitar desgastes e obstáculos. (e claro, se notar a primeira, pergunte de modo a conduzi-lo a segunda).

O segundo passo envolve a **confiança e confiabilidade**. Entenda ao longo da consulta ou entrevista, o que motivou seu cliente a te procurar. Elementos como sua aprovação social, sua autoridade e sua congruência (coerência e compromisso) estão conectados a motivação em te procurar. Atenção: aqui começa o seu 'ponto de virada' para valorizar seus honorários!

E por fim, o terceiro passo envolve o que chamo de **contrato de expectativas**. Esse é o passo que garante satisfação equivalente ao resultado! Entenda de forma expressa, clara, como seu cliente espera o seu trabalho. A prestação de contas, prazos, relatórios. Saiba dizer não àquilo que você não irá cumprir, como relatórios semanais, visitas agendadas em horários comprometidos e etc. Mas também, deixe muito claro ao seu cliente, o que você espera dele, em relação a entrega de documentos, ao cumprimento de honorários, a pontualidade. A satisfação não é exclusiva ao resultado jurídico. Mais da metade se refere ao relacionamento com excelência.

Sobre a argumentação com a parte contrária (ex adversa), aqui prevalecem conceitos de negociação. O elemento fundamental que merece destaque neste aspecto é a capacidade de ressignificação da impressão ao lado oposto. Nas contendas judiciais, as partes são colocadas como inimigas, rivais eternas disputando o primeiro lugar! O grande desafio é demonstrar que o advogado, em qualquer contexto de atuação é indispensável a administração da justiça, do equilíbrio e conseqüentemente da mediação. Demonstre ao seu cliente, e conseqüentemente à outra parte, por meio de dados, as vantagens do meio termo. Algumas demandas são motivadas por emoções, você já deve ter notado isso. E toda emoção negativa admite ser ressignificada! Eu sempre acreditei na ideia de que o advogado é na essência um resolvidor de problema, e resolver não significa necessariamente “ganhar” o processo. Aplique a ideia de que a satisfação do seu cliente está em ser atendido por alguém que ele confia, e isso te permitirá margem para negociar e resolver uma contenda. Deixe claro à parte adversa (e seu colega advogado) que as emoções das partes não comunicam aos profissionais, técnicos e racionais.

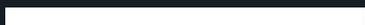
Por fim, ao empregar a argumentação para o resultado, aquela direcionada ao exercício da advocacia, na petição, na sustentação oral, em audiência, tenha consigo que o simples convence exatamente por ser assim. Hoje em dia, ferramentas como o emprego do Visual Law geram a ideia de facilidade em entender.

Aquilo que antes se tornava tão prolixo, cansativo, está ficando para trás. Sejam os francos: em raríssimos casos a citação de doutrina gera influência tão eficaz quanto a citação de um precedente. Uma jurisprudência só atinge sua finalidade quando traz ao julgador segurança de acompanhar o que outros já dizem. Utilize recursos como a jurimetria, busque demonstrar sua autoridade pelo seu conhecimento técnico de posicionamento dos tribunais, e não pelo conhecimento técnico teórico. Afinal, o conhecimento teórico é pressuposto de todo aquele que passou pela graduação, fez exame de Ordem ou concurso para carreiras jurídicas. Na prática, vale mais demonstrar a autoridade pelo conhecimento das tendências dos órgãos que julgam.

Por fim, permita-se admirar! Admire o trabalho daqueles que você acredita estarem no caminho certo. A admiração gera inspiração. E lembre-se que a construção profissional da advocacia acontece de forma ininterrupta!

**GESTÃO DE TEMPO E
PRODUTIVIDADE: O TEMPO COMO
SEU ALIADO**

(DÉBORA PONTES)



Eu poderia começar este artigo falando sobre o que você deve deixar de fazer hoje para se tornar uma pessoa mais produtiva; ou sobre o passo a passo para gerenciar as tarefas do seu dia a dia; ou ainda sobre como se tornar uma pessoa produtiva em 10 passos. Eu sou capaz de apostar que você já leu pelo menos um artigo com um desses títulos. Mas, meu objetivo aqui não é trazer mais do mesmo. Não é falar para você andar com listas de tarefas para cima e para baixo, ou então para sair de todas as suas redes sociais, ou parar por completo de assistir a programas de televisão. Meu objetivo aqui é que você, refletindo sobre gestão, tempo, rotina, disciplina e, por fim, produtividade, possa decidir o que fazer com isso.

Nosso ponto de partida, então, é pensar por que você deseja gerir melhor o seu tempo para se tornar uma pessoa mais produtiva? Olha, ser mais produtivo não é um fim em si mesmo. E seu desejo deve ser motivado por algo mais íntimo que talvez, só talvez, você ainda não tenha sequer se perguntando. Minha sugestão para você é que pegue um papel e anote a sua resposta. O que você está buscando de verdade? Seu objetivo é deixar de ser preguiçoso? Seu objetivo é ter mais tempo livre? Seu objetivo é aumentar sua geração de renda? Seu objetivo é deixar de ser uma pessoa procrastinadora? Seu objetivo é ter mais tempo com a família?

Lembrando que preguiçoso e procrastinador são adjetivos que qualificam pessoas diferentes. Uma pessoa preguiçosa opta por não fazer nada, a menos que tenha a vontade de fazer. É uma pessoa que não se compromete realmente com nenhum projeto, considera tudo muito difícil e, normalmente, espera que alguém resolva seus problemas. Para uma pessoa procrastinadora há um adiamento constante de tarefas. Ela até se compromete, mas, usualmente, entrega as tarefas no limite do prazo ou até mesmo um pouco atrasadas. Esse adiamento pode estar relacionado à insegurança para executar determinada atividade, ou por considerar uma tarefa muito simples ou muito complexa, ou, ainda, por dificuldade de concentração. O mais desafiador para o procrastinador costuma ser uma sensação angustiante e reiterada de extrema ansiedade

quando os prazos finais se aproximam.

Eu não sei qual é o seu time. O que importa é que seja verdadeiro consigo mesmo nesta autoavaliação. Mas, por quê?

Porque ter nitidez sobre seu objetivo está diretamente relacionado ao significado de gestão. Gestão vem do termo em latim *gestione*, e configura o ato de administrar ou de gerir recursos, pessoas ou qualquer objeto que possa ser administrado com alguma finalidade.

No nosso caso, estamos falando de gestão de tempo para se tornar mais produtivo para alcançar o objetivo que você anotou aí no seu papel.

Mas, e o tempo? O tempo é implacável. Os ponteiros do relógio caminham sem que nada os impeça. Se fizer ou se não fizer o que se comprometeu, o tempo vai passar.

O mais interessante é que há quem diga que vê o tempo passar, sem fazer nada de fato interessante, pois está consumido pela rotina. Pobre rotina, tão mal interpretada.

Usando conceitos do mundo empresarial para qualificar rotina, é possível dizer que são padrões de ações interdependentes, repetitivos, reconhecíveis e desempenhados por múltiplos atores.

O fato é que a rotina se configura a partir de uma relação contínua entre seus aspectos ostensivo (o padrão) e performativo (a ação) e artefatos envolvidos para sua viabilização (sistemas, planilhas, etc.), de forma que é possível afirmar que as pessoas são levadas a alterar suas rotinas ou artefatos, em acordo com as oportunidades ou as restrições impostas pelo contexto.

Nota-se, dessa forma, que a liberdade do indivíduo para influenciar as rotinas é negligenciada, o que de certo modo, explica a correlação simplista entre rotina e imutabilidade,

repetição e tédio.

O que nos leva a pensar em um outro conceito também muito injustiçado: a disciplina. Já vi disciplina ser definida como “força de vontade”; como “autodomínio” e até como “obediência às regras e aos superiores”.

Eu prefiro um outro conceito de disciplina. Para mim, disciplina é amor. Só é possível ser verdadeiramente disciplinado com aquilo que se ama. O ator é disciplinado com seus cursos e estudos porque ama a arte de atuar; a bailarina é disciplinada com seus ensaios e com seu corpo porque ama a arte de dançar; o músico é disciplinado com os cuidados com seu instrumento porque ama tocá-lo e o som e a emoção que produz.

Percebeu que só conseguimos ser disciplinados de verdade com aquilo que amamos? Talvez, você não consiga fazer dieta e ir regularmente à academia para eliminar aqueles quilinhos indesejados porque você ama mais a comida, do que seu próprio corpo. Só talvez...

Para ser naturalmente disciplinado, fazer naturalmente suas entregas e ser naturalmente produtivo você precisa amar o seu “porquê”. Esse que você escreveu aí no seu papel. Leia de novo! Esse objetivo é mesmo seu? Ele faz sentido para você? Mais do que sentido, você o ama?

Se esse objetivo que está aí no papel for de alguém que você ama, ainda assim ele não será seu, ok?! Cuidado com as armadilhas! Cuidado com a posição de “agradador”: aquele que faz para ver os outros felizes. Seja feliz primeiro você, para então levar felicidade ao seu entorno.

E não é que chegamos a tal produtividade?! Mas, afinal, o que é ser produtivo?

Se você for procurar um significado no Google, a ampla maioria que encontrar, estará relacionada ao trabalho e te dará inúmeras dicas de como deixar de ser humano para se tornar uma

máquina: acorde mais cedo, anote tarefas, separe-as por prioridades, defina metas e prazos, não faça diversas coisas ao mesmo tempo e por aí vai.

Adianto, por outro lado, que produtividade não tem qualquer relação com ter uma agenda cheia de tarefas. Ser um “fazedor” não torna você uma pessoa produtiva. No entanto, executar atividades conectadas com seus objetivos, isso sim, começa a fazer algum sentido.

Vamos trabalhar aqui um conceito: produtividade é a arte de fazer escolhas, para ter a tranquilidade de fazer o que se quer, porque já se fez o que precisava ser feito.

Fazer escolhas exige sabedoria, exige autoconhecimento. O que está impedindo você de escolher de forma sábia o que deve fazer e priorizar? Você sabe o que é realmente importante para você de acordo com seus valores e princípios?

Anote suas respostas no papel que separou aí. Esse tipo de reflexão é o que colocará você nos trilhos da produtividade e vai separar você de um mero “fazedor” (pessoa ocupada, mas que faz qualquer coisa, independentemente de contribuir para alcançar, ou não, seu objetivo final).

Uma ferramenta poderosa que eu utilizo sempre que percebo que estou me sentido ocupada, porém pouco produtiva, é o mapa do tempo útil. É uma ferramenta muito simples que você pode desenhar em uma folha de caderno. O importante é não esquecer de anotar nada por pelo menos uma semana. Ao final da semana, você terá um mapa que te auxiliará na tomada de decisões sobre o que manter, o que excluir, o que diminuir e assim por diante.

Segue exemplo abaixo:

Hora	Atividade	Classificação da Atividade			
		Urgente	Importante	Delegável	Desnecessária
8:00					
9:00					
...					

máquina: acorde mais cedo, anote tarefas, separe-as por prioridades, defina metas e prazos, não faça diversas coisas ao mesmo tempo e por aí vai.

Adianto, por outro lado, que produtividade não tem qualquer relação com ter uma agenda cheia de tarefas. Ser um “fazedor” não torna você uma pessoa produtiva. No entanto, executar atividades conectadas com seus objetivos, isso sim, começa a fazer algum sentido.

Vamos trabalhar aqui um conceito: produtividade é a arte de fazer escolhas, para ter a tranquilidade de fazer o que se quer, porque já se fez o que precisava ser feito.

Fazer escolhas exige sabedoria, exige autoconhecimento. O que está impedindo você de escolher de forma sábia o que deve fazer e priorizar? Você sabe o que é realmente importante para você de acordo com seus valores e princípios?

Anote suas respostas no papel que separou aí. Esse tipo de reflexão é o que colocará você nos trilhos da produtividade e vai separar você de um mero “fazedor” (pessoa ocupada, mas que faz qualquer coisa, independentemente de contribuir para alcançar, ou não, seu objetivo final).

Uma ferramenta poderosa que eu utilizo sempre que percebo que estou me sentido ocupada, porém pouco produtiva, é o mapa do tempo útil. É uma ferramenta muito simples que você pode desenhar em uma folha de caderno. O importante é não esquecer de anotar nada por pelo menos uma semana. Ao final da semana, você terá um mapa que te auxiliará na tomada de decisões sobre o que manter, o que excluir, o que diminuir e assim por diante.

Segue exemplo abaixo:

Hora	Atividade	Classificação da Atividade			
		Urgente	Importante	Delegável	Desnecessária
8:00					
9:00					
...					

Basta anotar o horário, a atividade e classificá-la como urgente, importante, delegável ou desnecessária.

Urgente é a tarefa que você não pode deixar para depois. É aquela que o prazo está no limite ou que é de fato um imprevisto. Em regra, é a tarefa que foi um dia importante, mas você deixou de executar no prazo disponível.

Importante é a tarefa que não pode deixar de ser feita, mas há um prazo para cumprimento.

Delegável é a tarefa que você pode pedir para que outra pessoa execute, independentemente de ser de trabalho ou doméstica.

Desnecessária é a tarefa que você fez, mas que não precisava ter feito.

Preste bastante atenção: não adianta fazer muito bem e muito rápido uma tarefa que não deveria ter sido feita de forma alguma!

Mas, como saber se seu esforço está na direção do resultado almejado: questione-se! Não faça porque sempre fez ou porque alguém o orientou dessa forma. Sempre reflita: a maneira como você está trabalhando, produzindo conteúdo, cuidando da sua família, cuidando do seu corpo, cuidando da sua espiritualidade, vai permitir que você alcance os resultados que almeja?

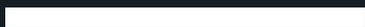
Se a resposta for sim, continue. Se a resposta for não, ajuste a rota.

Eu não posso ativar o meu despertador, eu não posso executar minhas tarefas, eu não posso entregar meus trabalhos, eu não posso ir às minhas festas em meu nome, eu não posso ver por mim meus filhos (humanos ou pets) crescendo, eu não posso ver por

you your parents and dear family members aging, I can't live your life for you. But, I hope I've encouraged you to have a new perspective on productivity and, if that perspective makes sense for you, I'll be very happy to have contributed to your journey.

**SEJA LÍDER DE SI MESMO E DE SEUS
CLIENTES**

(EDUARDA CHAVES)



Engana-se quem acredita que para se tornar um líder, basta aprender a falar palavras de estímulo, utilizar-se de técnicas de construção de equipe e motivação.

A verdade é que palavras são apenas palavras, e o que faz um líder se tornar alguém apto a comandar ou coordenar os outros é dar exemplos.

Líder, via de regra, é uma pessoa cujas ações e palavras exercem influência sobre o pensamento e comportamento de outras.

Mas liderar não é impor, e sim despertar nos outros a vontade de fazer. Mas uma razão para se afirmar que o que torna alguém um líder é o exemplo que essa pessoa transmite.

A liderança é a habilidade de motivar e influenciar pessoas, de forma ética e positiva, de tal forma que elas contribuam voluntariamente e com entusiasmo para alcançar os objetivos da equipe e da organização.

Mas antes de tudo, a primeira pessoa que você lidera, tem que ser você mesmo.

Para isso, vamos analisar como agem os grandes líderes?

Em análise ao comportamento dos grandes líderes, observamos que esses falam pouco para o público e para os seus liderados, costumam falar em tom baixo, além de serem modestos e humildes tem o habito de agir dando mérito à equipe quando a empresa vence, e assumindo a responsabilidade pra si, quando a empresa perde.

Os grandes líderes têm uma visão apaixonante e desafiadora, mas acima de tudo conhecem o assunto e convencem àqueles sobre o seu modo de pensar, sem que haja necessidade de se descontrolar para tanto.

Há um provérbio árabe que diz:

Um exército de ovelhas liderado por um leão, derrota um exército de leões liderado por uma ovelha.

E por que isso?

Porque leões jamais acreditariam que poderiam vencer qualquer batalha, se a frente deles existe uma ovelha, que não tem garra, não dá exemplo de vencedor, guerreiro, muito menos de líder.

Na realidade, a ovelha pode até ser fofinha e agradar a todos mas lhe falta o talento de liderança.

Um grande líder é formado por seus maiores e melhores liderados, isso significa que o líder é alguém de atitude e talento que consegue de maneira extraordinária, influenciar pessoas.

Pra isso, o líder precisa ser um ícone para ele mesmo, convencer a si próprio que tudo tem uma saída, um planejamento e uma resposta.

Um grande ponto a se observar é que POSTURA, PALAVRA E PRÁTICA, se unem e o que de fato move seres humanos são as emoções.

Por essa razão, o ser humano é o topo da cadeia, pois apesar de não ser veloz e forte como os outros animais, ele tem emoção e isso o torna mais INTELIGENTE que os demais animais.

Liderança não é apenas um cargo para chefia, e clientes amam ser servidos por quem ama servir.

Daí, depois de se tornar um líder de si mesmo, é que você está pronto para ser líder de seus clientes.

Liderar clientes não é coordenar nem comandá-los, mas convence-los de que o seu serviço vale mais do que ele custa.

Ser líder de seus clientes, é a grande missão de diferenciar preço, de valor, pois o líder é uma espécie de ídolo que todos querem seguir, e é assim que o seu cliente deve te enxergar.

O seu preço pode não ser o menor, mas você tem que convencer o seu cliente de que é o melhor.

E como fazer isso?

Trazendo valor agregado ao seu produto, ou serviço, com a confiança e sensação de que você nunca vai desistir até a última possibilidade de solução.

Já parou pra pensar o porquê você paga caro na pipoca do cinema, mas não pagaria caro na pipoca do metrô, se ambas são pipocas?

Estamos falando de dois produtos idênticos, mas de experiências distintas. E essa experiência não é apenas uma questão de marketing, mas uma espécie de sensação de necessidade.

Estar no cinema e comer pipoca parece necessário, enquanto comer pipoca no metrô não é.

Essa sensação de necessidade precisa ser criada, e líderes são excelentes nisso.

Na advocacia você tem milhares de concorrentes que exercem a mesma profissão do que você, mas liderar é convencer o seu cliente que sem você ele não tem a mesma chance.

Ser líder do seu cliente é agir com atitude e talento capaz de influenciá-lo da necessidade de ser você, a pessoa que vai servir de instrumento do direito para representá-lo.

Para isso, você precisa ser muito bom no que faz, afinal o ponto de partida é ter o máximo possível de conhecimento técnico sobre o produto ou serviço oferecido para ser capaz de auxiliar seus agentes de atendimento nas necessidades diárias.

Enfim, para ser líder de seus clientes, é preciso respeitá-los, dar atenção já é um grande diferencial, afinal se o foco do empreendedor não for o cliente, ele está trabalhando de maneira errada.

Crie um relacionamento, e faça o seu cliente entender o seu valor e a necessidade de tê-lo, o representando.

**MINDFULNESS E RESULTADOS NA
ADVOCACIA**

(ERIKA SIQUEIRA)



Esta palavra significa “atenção plena” ou “consciência plena”. É também definida como “a capacidade de se lembrar”.

O Mindfulness pode ser considerado como um estado onde temos a oportunidade de desenvolver qualidades e de nos conectarmos ao momento presente, observando o corpo, as sensações e o ambiente externo e interno.

Estudos demonstram diferentes origens do Mindfulness. Alguns consideram ter encontrado inspiração nas tradições religiosas, especialmente nas do Oriente, que remetem às práticas de meditação. Contudo, outros consideram que também pode ter uma origem não religiosa, como na Psicologia das psicoterapias contextuais e da cognição social.

É muito comum vermos o Mindfulness associado à meditação budista, uma versão secularizada (não-religiosa). Considera-se que o primeiro programa de Mindfulness associado a esse tipo de meditação foi a Redução de Estresse Baseada em Mindfulness (MBSR), desenvolvida por Kabat-Zinn nos USA nos anos 1980. A partir daí, outros e inúmeros programas associados a esta prática surgiram.

O exercício do Mindfulness nos permite focar no momento presente. Para tanto, temos o desafio de enfrentar o passado e o futuro, presentes, na maioria das vezes, nas nossas mentes e pensamentos diários.

A prática nos estimula a focar no presente, único tempo real e hábil onde realmente podemos viver: o agora. Sabemos que quando nossa mente foca no passado, ela fica presa a um estado diríamos até irreal, ou apenas a um movimento já passado, onde nada mais pode ser construído, já que o tempo efetivo com suas ações perde seu espaço. O mesmo raciocínio vale para o tempo futuro, onde ficar nele pode gerar para a mente muita ansiedade

e uma realidade desconectada, com ações, as quais, por estarem no futuro, se desconectam da realidade presente. Sobre essa expectativa de futuro, não saberemos se ela ocorrerá, pois o futuro, sem sombra de dúvida, é campo de possibilidades e expectativas.

Por não termos controle do futuro, essas possibilidades e expectativas nos afastam da real possibilidade de vivenciar o tempo real, o agora, e nos aproxima da ansiedade gerada por essas expectativas. A técnica trabalha exatamente na busca da percepção que pode ser alcançada por nós diariamente.

Por isso, a ideia do exercício é focar no presente, o tempo real onde podemos agir e decidir. No momento presente, temos o controle dos nossos atos, já no futuro, não, e tampouco no passado.

Assim, o desenvolvimento da técnica nos ajuda a nos conectarmos como esse tempo real, e também nos possibilita desenvolver várias habilidades favoráveis ao nosso crescimento individual e na carreira, tais como:

- a) silêncio interno;
- b) mente que olha para si mesma e para seus processos internos, e por isso desenvolve a habilidade de se conectar mais;
- c) aprendizado para perceber os pensamentos, as sensações corporais e as emoções no momento que ocorrem;
- d) não reação à maneira automática ou habitual, a cada movimento externo;
- e) aprendizado interno que nos permite fazer escolhas mais conscientes e funcionais;
- f) influência positiva na maneira como lidamos com os desafios cotidianos;
- g) possibilidade de observação isenta de julgamentos;
- h) estímulo de novas rotas neurais, que podem substituir

pensamentos repetitivos geradores de ansiedade, medo e depressão;

i) estímulo ao desapego às experiências passadas;

j) diminuição da agitação mental;

l) diminuição da letargia mental;

m) aumento de empatia;

n) redução de comportamentos anti-sociais;

o) potencializa comportamentos de liderança mais positivos;

p) regulação/diminuição de estado de humor negativos;

q) estados de humor positivos com maior frequência;

r) desenvolvimento de recursos cognitivos físico e sociais como a resiliência;

s) tomada de decisões mais assertivas;

t) melhoria do desempenho.

Ao vivenciar o hábito da técnica, diariamente, poderemos aprender a regular as emoções desafiadoras internas e criarmos um espaço mental positivo, mesmo em circunstâncias difíceis, desfavoráveis e conflitantes.

A própria visão da percepção dos momentos desfavoráveis ao nosso ego, ou de expectativas geradas e o conflito em si, gerado nas relações interpessoais, pode ser alterado no momento da prática. Momentos, respostas, insights surgem na medida que o corpo toma consciência de uma realidade mais livre de pensamentos e crenças de um passado. É quando, muitas vezes, tende surgir a percepção de uma nova realidade.

Alguns indagam: Como a prática pode ajudar o advogado a melhorar o seu desempenho?

A resposta é simples, e tende a ajudar a nos aproximarmos do nosso melhor estado de consciência, que é a consciência pura, ou seja, livre de pensamentos negativos e destrutivos, livre de julgamentos, ou simplesmente de pensamentos que já não constroem

mais.

Quanto mais buscarmos, enquanto ser humano, nosso equilíbrio interno, através do autoconhecimento, mais chances teremos de descobrir o que nos afasta ou aproxima da nossa essência.

Por sua vez, quanto mais perto nos conectarmos com essa essência interna, capaz de perceber algo novo e transformador, mais perto também chegaremos à satisfação e à felicidade.

Todo ser humano busca e merece chegar à felicidade, seja na sua vida pessoal, seja na afetiva, familiar, e na carreira.

Nós, advogados, merecemos ser felizes no exercício de nossa profissão.

As organizações e advocacias, enquanto empresas, buscam e merecem ter resultados satisfatórios e positivos.

Como ocorre essa busca?

Pela inteligência, estratégia e desenvolvimento de pessoas. Cito em *Estratégias de sucesso para a advocacia*¹, livro de minha autoria, que "O maior bem de um escritório são as pessoas. E se o escritório, bem como seus líderes, zela por elas, certamente irá cuidar do ingresso e da carreira dos profissionais que contratar. Isto é inteligência de gestão. É entender que ninguém atua sozinho, por melhor e mais competente que seja. Por isso, toda advocacia, independentemente do tamanho, necessita de excelentes colaboradores".

¹ SIQUEIRA, Erika. **Estratégias de sucesso para a advocacia**. São Paulo: LTr, 2016.

Neste sentido, precisamos entender que a forma de atuar, quanto mais presente, mais plena e satisfatória tende a ser o seu início na vida pessoal, se desdobra nas consequências de nossas ações e atividades, bem como no exercício de nossas funções.

Por isso, quanto melhores pessoas formos, mais bem resolvidas internamente seremos e, conseqüentemente, maiores chances teremos de exercer o nosso propósito e de motivarmos nossa equipe nessa busca de resultados positivos.

Um líder que trabalha muito na esfera do ego, dificilmente será um líder tão humano e consciente, e por isso poderá gerar na equipe resultados não tão favoráveis, pois no lugar de olhar para a equipe ele olha mais para si, seus desejos e impulsos pessoais. Um líder inseguro também gastará muito tempo com essa energia, muitas vezes competindo desnecessariamente com colegas e com o mercado, de maneira não tão saudável, e ainda desassociada de valores identificados como nobres.

O processo de autoconhecimento nos ajuda a trabalhar enquanto pessoas, e quanto melhores pessoas formos, melhor poderemos trabalhar seguros e felizes na função que desempenhamos. Assim, nossa competição se tornará mais justa e íntegra, e melhores resultados nós poderemos gerar para nossa equipe, clientes e sociedade em geral.

Hoje somos muito cobrados por resultados, ocupamos cargos e funções para os quais nos é exigido apresentar sempre mais. Mas a indagação é ou deveria ser “qual a qualidade desses resultados”?

A técnica do Mindfulness nos permite acessar esse grau de consciência mais favorável à nossa liderança, carreira e vida pessoal. Neste cenário, a preocupação com o próprio resultado já será desnecessária, pois saberemos que,

enquanto conscientes e responsáveis, os nossos resultados serão os melhores possíveis.

**MEDITAÇÃO E RESULTADOS NA
ADVOCACIA**

(FABRICIO ALMEIDA CARRARO)



OOOOOOOOOMMMMMMMMM...

Colega da advocacia, quando você ouve falar em meditação, mindfulness, lhe vem à mente o mantra acima, e/ou a imagem de algum místico sentado em posição de lótus?

Não, não é isso. Ou, pelo menos, não é só isso.

Este texto se propõe a ampliar sua percepção sobre o tema. Mais do que isso: vou trazer uma explicação básica sobre como meditar, e vou fazer, sim, propaganda para que você comece e, principalmente, possa comprovar por si mesmo(a) os resultados para sua vida e para sua carreira no Direito!

Afinal, nós advogados trabalhamos com provas, correto?

Pois bem. Primeiro, vamos falar sobre a meditação em si. É importante desvencilhar a técnica milenar de qualquer religião. Claro que em um primeiro momento, a ideia era sim ligada à espiritualidade, a qual em si mesma é diferente da religião. Mas, modernamente, a ciência acadêmica “se apropriou” da técnica, comprovando empiricamente os resultados não só na área da saúde, como também em produtividade e relacionamentos, por exemplo. Diz Heloísa Cestari:

“Apesar da inspiração zen-budista, essa técnica não envolve crenças religiosas e, por isso mesmo, virou a queridinha do meio científico, que já realizou mais de 4 mil pesquisas comprovando seus benefícios no tratamento de diversos problemas de saúde, além de melhorar o desempenho profissional e até a forma de as pessoas se relacionarem.” (CESTARI; 2017. Pág. 05)

Ou seja, você pode sim praticar meditação com fins transcendentais ou espirituais; por natureza, a técnica permite a elevação do nível de consciência, e isso implica

em perceber a nós mesmos além da manifestação corporal, e uma conexão com o todo, o que pode ser espiritualmente relevante. Isso, claro, é significativo, e faz diferença no individual e no coletivo. Sim, você pode ter ricas experiências espirituais, conforme sua religião ou cosmovisão. Mas mesmo não tendo este seu propósito, você pode utilizar desta ferramenta para outros fins, “apenas” no plano material mesmo. Para Cilene Pereira e Maira Magro:

“Hoje, (a meditação) está se transformando em um dos mais respeitados recursos terapêuticos usados pela medicina que conhecemos. (...) aos olhos dos pesquisadores, foi despida de qualquer caráter esotérico, mostrando-se, ao contrário, um recurso possível a todos – ninguém precisa ser um guru indiano para praticá-lo – e de fato capaz de promover no organismo mudanças fisiológicas importantes (PEREIRA, Cilene; MAGRO, Maira; 2010)

Aqui, chamamos a atenção para os números alarmantes sobre problemas de saúde mental na advocacia. Porém, como dito, a gama de benefícios não se restringe “apenas” no campo médico.

Cabe aqui exemplificar: adquirir autoconhecimento, gerenciar melhor os pensamentos e as emoções, perceber padrões, melhorar o raciocínio lógico, a percepção sobre a realidade e suas relatividades, gerir melhor o tempo, tomar melhores decisões, compreender – e portanto lidar melhor – com as pessoas, e por aí vai. Os benefícios são incontáveis².

Ou seja, a meditação se apresenta como solução para vários problemas, e não tem qualquer contraindicação. É recomendada para qualquer pessoa. E especialmente no

² Sobre benefícios outros, recomendamos a leitura do texto: <https://www.awebic.com/beneficios-da-meditacao/>.

caso da advocacia, profissão de cunho intelectual por definição, e na qual lidamos com pessoas, e inevitavelmente com questões complexas, bem como em regra com conflitos – ou ao menos com a prevenção destes – a técnica é mais do que recomendável.

Agora, falando sobre os conceitos: meditação e mindfulness seriam sinônimos?

“Não. Para o cientista Chris LuVogt, meditação é simplesmente uma técnica usada para treiná-lo a aprender a ser consciente. É como um exercício direcionado para o seu cérebro, que treina você a aprender uma habilidade particular: estar ciente de onde você está gastando sua energia atencional. O mindfulness, por outro lado, é um modo de vida. Pode ser praticado em cada coisa que se faz. Você pode andar conscientemente, ouvir atentamente, falar conscientemente – dirigir, ler, brincar e amar atentamente. Mindfulness é sobre estar presente e consciente do que está acontecendo em torno de você, encapsulado nestas três palavras: esteja aqui agora.” (CESTARI; 2017. Pág. 94)

Feita a diferenciação conceitual, neste texto, focaremos mais na meditação em si. Mas afinal, o que é meditação, na prática? Em síntese, é relaxar o corpo com alguma posição específica, e em seguida relaxar a mente, a partir da concentração em algo. Não, não é fácil no começo: o corpo e a mente, desacostumados a praticar um certo grau de tranquilidade, vão sim reagir...

Por isso é importante se ter em conta o ciclo de aprendizagem: não nascemos sabendo sequer andar, nem falar ou fazer contas. Também não foi da noite para o dia que aprendemos disciplinas jurídicas ou a trabalhar com plataformas de processo eletrônico. Em suma, é só não ter pressa e ir evoluindo na prática.

Outro ponto relevante: antes de se iniciar a prática em si, é importante implementar uma certa preparação.

Antes de mais nada, preparar o ambiente. Desligar o telefone, as notificações, fechar as possibilidades de interrupção. O ideal é começar com alguns minutos, e ir ampliando o tempo de prática conforme a realidade e os objetivos. Se for possível estar em um lugar silencioso, no meio da natureza, melhor ainda.

Já a posição pode ser aquela “clássica”, a de lótus. Mas é possível meditar sentado em uma poltrona, ou mesmo deitado em uma cama. Ah, cuidado com esta última posição: tecnicamente, uma sonolência é bem-vinda, mas se o praticante dormir, obviamente, a meditação vai mesmo é ficar pra outra hora...

O próximo passo é relaxar o corpo, o máximo possível. Como qualquer outra técnica – redigir petições, ou fazer perguntas em audiências – precisamos praticar e treinar; como já dito, estamos em processo de aprendizagem. A dica é sentir cada parte do corpo, dos pés à cabeça por exemplo. Ao tomarmos consciência de cada parte, o relaxamento acontece de forma praticamente automática.

Com o corpo relaxado, podemos dar o próximo passo: acalmar o plano mental. Aí entra a concentração, a qual pode ser na chama de uma vela, em uma música relaxante, em alguma meditação guiada do Spotify ou do Youtube, uma imagem, um mantra, etc. O importante é perceber que os pensamentos virão sim, mas é possível “não conversar” com eles. Pelo menos não durante a prática.

Aliás, uma das principais técnicas é a concentração na própria respiração. Respiramos o tempo todo, claro, mas raramente tomamos consciência disto. Mark Willians e Danny Penman, na obra “Atenção Plena” dizem que respirar

“é uma âncora para sua atenção, mostrando quando sua mente se dispersou, quando está entediada ou inquieta ou quando você está temeroso ou triste.” (WILLIAMS, Mark; PENMAN, Danny; 2015.Pág. 56)

Enfim, o objetivo é estar no aqui e no agora. Deixemos para lembrar o passado, caso deliberadamente queiramos, para outro momento. E o pensar no futuro, também deixemos para depois. Meditação é sobre estar no presente, de forma plena.

Na mesma obra, Willians e Penman explicam sobre os estudos e os resultados:

“Por isso escrevemos este livro: para ajudar você a encontrar a paz e o contentamento numa época frenética como a nossa. Ou melhor, a redescobrir a paz e o contentamento, pois existem profundas fontes de tranquilidade dentro de todos nós, embora estejamos confusos e cansados demais para perceber. Sabemos que isso é verdade porque temos estudado esse assunto por mais de trinta anos na Universidade de Oxford e em outras instituições ao redor do mundo. Esse trabalho descobriu o segredo da felicidade sustentada e os meios de enfrentar a ansiedade, o estresse, a exaustão e até mesmo a depressão.” (pág. 11)

Também aclaram que a técnica, em si, não tem complicação:

“A meditação não é complicada. Não tem nada a ver com ‘sucesso’ ou ‘fracasso’. Mesmo quando sentir dificuldades para meditar, você vai aprender algo valioso sobre o funcionamento da mente e se beneficiar psicologicamente.” (Idem, pág.14)

Ah, mas e a vida cotidiana da advocacia? Afinal, e os resultados na advocacia, mencionados no título? Pergunta pertinente. Dizem o autores:

“A meditação não vai entorpecer sua mente nem impedi-lo de se empenhar para ter uma carreira brilhante. Também não vai obrigá-lo a adotar uma postura de Poliana diante da vida. A meditação não implica aceitar o inaceitável, mas ver o mundo com clareza para ser capaz de tomar atitudes mais sábias para mudar o que precisa ser mudado. A prática da atenção plena ajuda a cultivar uma consciência profunda e compassiva que nos permite avaliar nossas metas e encontrar o melhor caminho para agir de acordo com nossos verdadeiros valores.”
(Idem, pág.14)

Ok. E os efeitos, quando surgem? Demoram a aparecer? Segundo Daniel Goleman, na obra “Foco”, eles surgem rápido:

“Em resumo, a prática da atenção plena fortalece o foco, especialmente o controle executivo, a capacidade da memória de trabalho e o poder de manter a atenção. Alguns desses benefícios podem ser percebidos com até vinte minutos de prática por apenas quatro dias (embora quanto mais tempo se pratique, mais duradouros sejam os efeitos).”
(GOLEMAN; 2014. pág.196)

Vale dizer, as “provas” dos efeitos vêm rápido. Então, “assine um contrato” com você mesmo, pratique pelos próximos dias. Depois, é só aproveitar. E espalhar para aqueles de seu círculo, já como “testemunha” dos benefícios. A conclusão mais concisa, direta e objetiva acerca do assunto, em minha interpretação, vem de um livro especial sobre meditação, elaborado pela equipe da Revista Superinteressante: “O principal resultado dessas pesquisas pode ser resumido em duas palavras: meditação funciona.”

Espero que a propaganda tenha funcionado. Agora é só praticar – e, muito em breve, aproveitar os resultados, na advocacia... e na vida!

REFERÊNCIAS

CESTARI, Heloísa (coord.). Meditação: Minsfullness e outras práticas. 1ª. ed. São Paulo: Editora Escala, 2017.

GOLEMAN, Daniel. Foco: a atenção e seu papel fundamental para o sucesso. Trad. Cássia Zanon. 1ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.

PEREIRA, Cilene; MAGRO, Maira. Revista ISTO É, edição 2102, 19/02/2010.

WILLIAMS, Mark; PENMAN, Danny. Atenção plena [recurso eletrônico] / [tradução de Ivo Korytowski]; Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

**COMO FECHAR MAIS CONTRATOS E
AUMENTAR A CARTEIRA DE CLIENTES
NA ADVOCACIA**

(MARCO AURÉLIO SILVA COSTA JÚNIOR)



O Mundo mudou... O mercado mudou... A advocacia mudou... As pessoas mudaram... E VOCÊ?!

Afinal, a advocacia de hoje não é mais como a advocacia de outrora. De fato, muita coisa mudou. Portanto, é extremamente importante investirmos em capacitação constantemente. No entanto, vale frisar que não me refiro apenas à capacitação técnica (hard skills), pois novos tempos exigem novas competências.

Quando falo em novas competências, quero trazer à baila a importância de se investir em habilidades que gosto de chamar de habilidades negociais, que são justamente aquelas que nos ajudam a dar vazão a todo nosso conhecimento técnico, são as habilidades comportamentais/emocionais (soft skills).

Afinal, diante do cenário atual, não há mais espaço para amadorismo. É de extrema importância que nos adaptemos para podermos criar uma nova realidade, ainda melhor, pois temos mais de 1.300.000 (um milhão e trezentos mil) advogados e advogadas no Brasil, de acordo com os dados divulgados no sítio do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil.

Agora, pare e pense comigo... Como se destacar neste cenário, extremamente competitivo e desafiador? Como aumentar o número de contratos e aumentar a carteira de clientes com tantos advogados disponíveis? O que difere as pessoas que têm sucesso na advocacia, daquelas que não têm? O que será que essas pessoas que têm sucesso na advocacia fazem de diferente daquelas que não têm sucesso?

E é exatamente aqui que acredito, sinceramente, que as habilidades negociais fazem toda a diferença. E sabe o que é mais importante? Que embora essas habilidades superpoderosas estão inteiramente à sua disposição. Agora, dificilmente (ou quase nunca), você (re)conhecerá

e desenvolverá essas habilidades sentado nos bancos da academia de Direito.

Então, justamente por isso, gosto muito de pensar que o verdadeiro sucesso no Direito vem de habilidades que aprendemos fora do Direito, mas desenvolvemos, aplicamos e aprimoramos no Direito.

Hoje, por exemplo, muito se fala em tecnologia, inovação, gestão, marketing jurídico, negociação, liderança, inteligência emocional... Várias habilidades e ferramentas essenciais à alta performance dos advogados e advogadas, no entanto, existe uma habilidade que eu acredito que seja, verdadeiramente, uma *conditio sine qua non* para que o advogado feche mais contratos, aumente sua carteira de clientes e, verdadeiramente, tenha uma advocacia próspera.

A habilidade que considero indispensável para a conquista de uma carteira próspera de clientes na advocacia chama-se: VENDAS. Isso mesmo! Todo advogado pode (e deve) desenvolver a habilidade em vendas, caso pense em prosperar neste mercado jurídico extremamente desafiador e competitivo.

Afinal, de que adianta você investir altíssimo em tecnologia, inovação, ferramentas fantásticas de gestão e em marketing jurídico se, quando chega um cliente em potencial na sua frente, seja presencial ou virtual, você não consegue converter aquele prospecto em cliente, através de um fechamento eficaz, culminando com a assinatura do contrato de prestação de serviços advocatícios?

A verdade é que todos nós precisamos quebrar paradigmas e aprender a vender, pois vendemos o tempo inteiro, querendo ou não. A pergunta é... Como você tem vendido?

A todo momento temos a possibilidade de vendermos ideias, serviços ou produtos. Nós, advogados, por exemplo, criamos, defendemos e sustentamos teses, ou seja, vendemos nossos posicionamentos, nossas ideias, que, se acatadas, procedentes ou deferidas, se transformam, inclusive, em jurisprudências.

Você já tinha parado para analisar sob esta ótica? Já tinha pensado no poder que é aprender a desenvolver a habilidade de vender melhor as suas ideias? Portanto, **aprender a vender não é somente importante, é essencial.**

Agora, imagine você desenvolvendo essa habilidade em vendas, aumentando seus números de contratos fechados e conquistando cada vez mais clientes... Onde você estará daqui 1 ano? Daqui há 3 anos? E em 5 anos? O que você terá realizado? O que terá conquistado? Que sonhos poderá realizar? Que experiências extraordinárias vivenciará?

Para isso, preciso mencionar algo que **SEMPRE** falo em minhas palestras acerca desta temática. Não se trata apenas de aprender técnicas e estratégias avançadas de influência e persuasão aumentar o número de fechamentos e fazer mais dinheiro. É sobre, verdadeiramente, entregar aquilo que foi acordado, e além.

Sempre digo que todo advogado deve vender com **V.I.C.K.**, que significa: **v – verdade; i – integridade; c – congruência; k – know how.** Isso tudo tem a ver com aprender e desenvolver habilidades que farão a diferença nos fechamentos de contratos, mas, acima de tudo, sendo ético, moral e honesto.

É salutar que o advogado seja firme nestes quatro pilares, que seja verdadeiro, íntegro, congruente e possua

conhecimento especializado na área em que está vendendo os seus serviços/produtos. Isso servirá de base sólida para uma advocacia próspera e abundante.

Agora, que você já sabe quais são os **4 pilares que sustentam uma advocacia de sucesso**, então, preciso lhe apresentar **os 3 pressupostos que devem nortear sua jornada rumo ao sucesso** na conquista de novos clientes e contratos.

Primeiro pressuposto: advogados de valor prosperam e deixam legado, enquanto advogados de preço até fazem algum dinheiro, mas logo são trocados e esquecidos.

Existe uma grande diferença entre um “advogado de preço” e um “advogado de valor”, e você precisa compreender isso, pois, enquanto o primeiro vive insatisfeito, nutre, inconscientemente uma mentalidade de escassez, joga o jogo “ganha-perde”, não sabe nem o preço de sua hora, nem seu verdadeiro valor e foca em atrair o cliente pelo preço (na maioria das vezes abaixo do preço da tabela da OAB), o segundo é inconformado com resultados medíocres, pois sabe que pode muito mais, nutre uma mentalidade vencedora de abundância, joga o jogo “ganha-ganha”, sabe o preço de sua hora e seu verdadeiro valor, além de focar no cliente, se conectando com seus valores.

Segundo pressuposto: a influência e a persuasão são as pernas com as quais caminham a habilidade em vendas, e não se confundem com a manipulação.

É imprescindível ao advogado que busca fechar mais contratos e aumentar sua carteira de clientes que ele desenvolva a influência e a persuasão, que são habilidades que refinarão seu poder de convencimento, e se difere da manipulação, pois, nesta, não há autonomia de vontade da pessoa, ela é induzida a fazer o que lhe é

sugerido, simplesmente, por meios de técnicas muitas vezes escusas. Agora, de forma ética e moral, através das duas habilidades, acima mencionadas, o advogado consegue alcançar resultados extraordinários, aumentando a possibilidade de ajudar potenciais clientes a tomar a melhor decisão na hora do fechamento, contribuindo para que ele, com sua autonomia de vontade faça escolha mais acertada, que é a de assinar o contrato.

Terceiro pressuposto: conheça, ouça, entenda, respeite e ame as pessoas, tratando-as as como gostam de se tratadas.

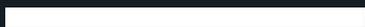
Por fim, porém não menos importante, seja HUMANO, dê atenção e se conecte, verdadeiramente, com seus potenciais clientes, para ter a oportunidade de tratá-los como gostam e merecem ser tratados, de forma personalizada e humanizada.

Dessa forma, tenho certeza que é possível aumentar suas possibilidades de fechar mais contratos, aumentar sua carteira de clientes na advocacia e ter uma carreira, verdadeiramente, próspera e abundante.

Que você possa, cada vez mais, investir em você para se destacar nesse mercado, aprendendo a vender melhor suas ideias, sem colocar em xeque a ética e a moral, permanecendo conectado com seus valores. Afinal, não é apenas sobre vender, mas sobre ser canal de transformação na vida das pessoas por meio do seu ofício.

**A VERDADE SOBRE A INTELIGÊNCIA
EMOCIONAL**

(PAULO VIEIRA)



Se eu lhe perguntasse agora qual o verdadeiro significado de Inteligência Emocional (IE), você saberia responder? Caso tenha ficado com dúvidas sobre o que responder, fique tranquilo, você não é o único. Diariamente, leio e escuto de seguidores e alunos, antes de entrarem para o ecossistema da Febracis, algumas inverdades ou imprecisões sobre o que é, de fato, Inteligência Emocional. Algumas pessoas falam que é apenas autocontrole ou que é estar alegre o tempo todo, mesmo em situações em que, claramente, essa não é a emoção ideal. Talvez essas pessoas ainda não tenham acessado a informação necessária para compreender profundamente esse tipo de inteligência, por isso meu propósito é conversar com você sobre a verdade acerca desse conceito.

A definição de inteligência emocional foi sistematizada e popularizada em 1995 pelo psicólogo norte-americano Daniel Goleman, com seu livro best-seller Inteligência Emocional — embora essa ideia já fosse trabalhada desde o século XIX, com a Teoria da Evolução de Charles Darwin. A partir da obra de Goleman, a capacidade de ter consciência sobre os próprios sentimentos e emoções, gerindo-os e transformando-os, passou a circular na grande mídia e despertou discussões na área empresarial.

Ao longo de mais de 20 anos de estudo e prática na área de desenvolvimento humano, o que me rendeu um pós-doutorado nos Estados Unidos e o desenvolvimento do Método CIS, o maior treinamento de Inteligência Emocional do mundo, aprendi que o verdadeiro significado de Inteligência Emocional vai muito além de autocontrole ou gerenciamento do estresse.

No Método CIS, defino-a como **a habilidade de usar as emoções certas, na ocasião certa e na intensidade certa, e, assim, se conectar consigo e tirar o melhor de si para então se conectar com os outros**

e tirar o melhor deles. Ou seja, não significa estar feliz em todos os momentos, incluindo quando se frustrou ou sentiu raiva diante de algo. Ao invés disso, é utilizar a emoção certa diante de cada acontecimento. Por exemplo, imagine que, certo dia, você bateu o seu carro em uma coluna no estacionamento. Em uma situação assim, acredite, é possível ser grato, afinal só bate o carro alguém que possui um veículo. Porém, no momento inicial, a emoção, provavelmente, será a raiva a emoção esperada diante do ocorrido. É disso que se trata a Inteligência Emocional: saber lidar com as emoções, sejam elas quais forem, não calando nenhuma delas

É eu entrar dentro de mim e tirar o meu melhor mesmo quando as coisas não estão satisfatórias. Tem gente que, quando está tudo bem, precisa transformar o bem num caos. Você conhece alguém assim? Quem não se sente merecedor(a) transforma momentos de paz em momentos de caos. Em resumo, digo que inteligência emocional é eu me conectar comigo, os meus recursos internos e meus recursos externos, e tirar o melhor em QUALQUER que seja, de fato, a situação.

Além disso, com certeza você conhece alguém que tem inúmeros títulos, mas não alcança o sucesso. Já parou para pensar o porquê disso? Claro que desenvolver o melhor nível de perícia em sua profissão fará de você um especialista na sua área, mas **o seu sucesso depende muito mais do seu nível de Inteligência Emocional do que de seu conhecimento cognitivo**, isso porque você pode ter todo o conhecimento do mundo, mas se não souber tirar o melhor dele, não irá prosperar nunca! A IE envolve habilidades como iniciativa, otimismo, autoconfiança, liderança, e tudo isso faz total diferença para ter sucesso, para alcançar grandes conquistas e são habilidades não aprendidas apenas com estudo, é necessário vivência e relacionamento.

Então, quero te dizer, saber apenas o conceito de Inteligência Emocional pouco vai lhe ajudar a transformar sua vida. Na verdade, é quando você aplica esse conceito em tudo aquilo que faz que os resultados aparecem.

É importante saber, também, que o sucesso e a prosperidade estão diretamente ligados às suas crenças. Você já tinha pensado sobre isso? Pois é, o cérebro humano possui uma vasta rede de neurônios que se conecta a outras várias redes. É essa conexão que gera a nossa **programação mental**, responsável por todo o nosso comportamento e por toda resposta dada aos estímulos que recebemos.

Nessa rede de neurônios e conexões, nós guardamos tudo aquilo que aprendemos durante a nossa vida, incluindo hábitos, estilo de vida e atitudes. Por exemplo, se você cresceu ouvindo seus pais sempre falarem que é necessário trabalhar “duro”, pois “a vida é difícil mesmo”, logo, devido à frequência desses estímulos, você, de fato, acabou assimilando essas informações como verdades. Sendo assim, como toda crença é autorrealizável, você produziu essa realidade, fazendo, inconscientemente, escolhas que atraíam resultados semelhantes ao que você acredita ser, merecer e ter. Chamamos essa programação mental de **crenças**.

Todas as crenças são resultado da nossa vivência em família, da moral, dos valores e da ética que nos foram transmitidos durante os primeiros anos da nossa vida. Mas, quero te dizer que todas as nossas crenças são autorrealizáveis, contudo, isso não implica que seremos assim por toda a nossa existência. É completamente possível mudar este panorama.

Pesquisas afirmam que o cérebro humano consegue desenvolver novas conexões entre neurônios a partir de experiências e comportamentos, uma capacidade

compreendida como **plasticidade neural**. Logo, novos estímulos são capazes de mudar as informações já armazenadas, comprovando que o cérebro pode sim se modificar através da aprendizagem e do treinamento. Isso implica que é possível desaprender um certo estilo de vida e aprender outro, transformando não apenas a sua maneira de pensar, como também de viver.

Para isso, você deve identificar as principais crenças presentes em você (como “eu nunca tenho dinheiro” ou “eu não sei lidar com dinheiro”, por exemplo) e passar a aplicar a Matriz Ativa de Formação de Crenças: escolha qual resultado deseja atingir, comunique em função disso, pense coisas que fortalecerão esse resultado, sinta bons sentimentos em prol disso e, por fim, após repetir isso com afinco, você terá uma nova crença e um novo resultado.

É isso que apresento com profundidade científica no Método CIS, e tenho a certeza de que estou no caminho certo quando recebo inúmeras histórias de alunos e suas famílias que colhem diariamente os benefícios de desenvolver seus níveis de Inteligência Emocional e reprogramar as suas crenças. Por isso, gostaria de te convidar para entender verdadeiramente o que é **Inteligência Emocional** e preparar-se para transformar seus resultados, construindo novos hábitos, e se tornando o ser humano que você nasceu para ser, pois você, e quem você ama, merecem viver o melhor da vida.

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO ASSERTIVA

(RAQUEL PERES)



Estamos na era dos excessos: informação, dados, ofertas, advogados. Temos de tudo, MUITO.

Quando eu era pequena ficava fácil escolher meu sorvete de côco e baunilha em meio a alguns outros sabores. Recentemente, fui tomar sorvete com a minha filha e, além de inúmeros sabores, escolher entre se seria sem glúten, sem lactose, sem açúcar, zero ou vegano, já me deixou confusa e, ao mesmo tempo, cansada.

Estamos cansados, eu bem sei. O mundo está ficando confuso e teremos que nos acostumar com a imensidão de opções e desafios para estabelecer escolhas.

Em meio a esse congestionamento, nosso cérebro primitivo foi treinado para identificar o que é diferente.

E nesse contexto, eu te pergunto: entre milhares de advogados ou dezenas de especialistas perto de você, por que o cliente te escolheria? Já pensou?

Como construir pontos que possam destacar sua marca no mercado?

E não venha me falar em qualidade, técnica e atendimento personalizado! Isso são pontos essenciais e que não irão levar seu nome ao ranking dos profissionais diferenciados. A técnica também não vencerá num jogo em que todos sabem como jogar. E agora? Você está preparado para ser escolhido?

O consumidor, atualmente, quer entender os valores que você defende, que princípios se baseiam em sua marca e até mesmo porque se associaria a ela.

Num mundo volátil e instável, mais do que nunca o cliente quer confiar em você, sentir-se seguro. É preciso não só saber o que você faz, mas o valor do que você faz e porquê você faz o que faz.

É o valor que gerará um freio contra a comparação comumente estabelecida entre tantos profissionais no mercado, de modo a não lhe permitir discutir o preço do seu serviço, tampouco aviltá-lo.

Além do valor, sua marca precisa de significado e propósito. Aquilo que ela representa na mente do seu público. O que o cliente lhe associa quando lembra de você e a sua causa?

No entanto, é praticamente impossível que sua marca se torne conhecida no mercado sem que você a comunique, de forma assertiva, através da sua mensagem com foco na construção do relacionamento com seu público.

Em meio a tanto barulho, não ter essa habilidade - uma das mais valorizadas no mercado - pode tornar-se um indesejável ruído, roubando- lhe os resultados.

“Hoje, mais do que nunca, a comunicação assertiva deve fazer parte da estratégia de negócio das empresas e do plano de desenvolvimento individual dos profissionais de sucesso”³.

De fato, é preciso muito mais do que eficiência para se ter eficácia e nem todo trabalho duro se converte em resultado. Assertividade, portanto, reúne esses dois quesitos: eficácia e o resultado desejado.

Entre as várias razões que prejudicam a comunicação do seu valor, da sua marca, das suas ideias estão: a pressa, a falta de empatia, a falta de preparo, a falta de consciência emocional, assim como o não conhecimento acerca de pessoas.

Quero fazer aqui um importante destaque sobre aquela máxima de que “devemos tratar o outro como gostaríamos de sermos tratados”. Ela não se aplica à

³ BRUM, Débora. Comunicação assertiva - São Paulo, SP: Literare Books Internacional, 2021, pg. 19.

comunicação assertiva. É que perfis comportamentais distintos possuem estilos de comunicação diferentes e aprender a entender de pessoas está entre os requisitos para quem deseja ter sucesso nos negócios.

Como analista de perfil comportamental, me deparo, não raras vezes, com a falta de resultados de clientes em face da ausência dessa compreensão. Liderança, relacionamentos e negociações passam pela habilidade de comunicação.

Para que você entenda melhor esse raciocínio, vou ilustrar como se comunicar de forma mais assertiva com cada um dos 4 (quatro) perfis comportamentais, de acordo com a metodologia DISC. Quando seu interlocutor for:

DOMINANTE: Esteja sempre preparado e vá direto ao assunto de forma específica e breve. Foque nos resultados e prazos e evite detalhes e passo a passo. As pessoas com o perfil dominante evitam falar de assuntos irrelevantes e evitam sociabilidade intensa.

INFLUENTE: Com esse perfil você pode ser mais sociável e amigável de forma a construir uma relação. Deixe-o falar, uma vez que gosta de expor suas ideias e sua criatividade. Elogie e valide. Evite detalhes e construa as decisões em conjunto. Flexibilidade e informalidade também são características predominantes.

ESTÁVEL: Gentileza e empatia são importantes, já que necessitam construir uma relação de confiança a partir do interesse genuíno na sua pessoa. Tenha mais paciência e use uma entonação de voz mais tranquila, evitando expressões agressivas e linguagem corporal incisiva. Ao apresentar um assunto, priorize como fazer (método) em vez de focar nos prazos e “o que fazer”.

CONFORME: Para esse perfil, prestigie a preparação antes do diálogo, já que são bem exigentes e detalhistas. Atenha-

se ao tema e mostre ser especialista, evitando generalismos. Numa apresentação fundamentada e apóie suas afirmações em dados precisos e úteis, pois eles precisam de garantias e segurança.

Entendendo a importância dos estilos de comunicação a partir do mapeamento de cada perfil, como um primeiro passo dessa jornada, trago a célebre frase “Conhece-te a ti mesmo”, escrita na entrada do templo de Delfos, construído em homenagem ao deus grego Apolo. Essa frase revela a importância da sua **AUTOAVALIAÇÃO**.

Quem não conhece seu próprio estilo de comunicação terá muita dificuldade de entender e se conectar com outros estilos de forma assertiva. Além disso, ter a habilidade da **EMPATIA** é um segundo passo para que você busque entender como o outro pensa, se comunica, se sente e quais são suas necessidades e, assim como num balé, conduzir o seu interlocutor à conexão.

É preciso, contudo, também estar atento às suas próprias necessidades.

Assertividade, por sua essência, também é uma questão de **ESCOLHAS**. E o terceiro passo orienta sair do automático para pensar e balizar que pensamentos, comportamentos, decisões e ações farão parte da estratégia da sua carreira, do seu negócio, da sua marca. Nesse caminho, percebo que uma das grandes dificuldades da maioria de profissionais que atendo em treinamentos ou mentorias é dizer “não”. É que muitas pessoas acreditam que o “não” representa rejeitar ou ser rejeitado.

E nesse ponto gosto de gerar uma reflexão: quando você diz SIM para o outro contra sua vontade, na maioria das vezes, o que diz para você? Então, priorize-se. A assertividade também se lapida através do atendimento das nossas próprias necessidades para direcionarmos

nossa energia rumo à realização de nossos sonhos.

Na dificuldade em aplicar o não, lembre-se daquela orientação que ouvimos antes do avião partir: “em caso de despressurização da cabine, máscaras de oxigênio cairão automaticamente. Puxe uma das máscaras, coloque-a sobre o nariz e a boca ajustando o elástico em volta da cabeça e respire normalmente, depois auxilie a criança ao seu lado.”

Quem se conhece e se respeita tem mais ferramentas para estabelecer o quarto passo: **ESCUTAR**. Pois, influenciar e bem comunicar o valor da sua marca pressupõe forte habilidade em ouvir e reagir de forma positiva, e, assim, estabelecer diálogos, para além de justificativas, julgamentos, distrações e interrupções.

Uma comunicação assertiva pressupõe forte habilidade em ouvir e reagir de forma positiva diante dos diferentes perfis de pessoas.

A escuta ativa, na lição de Charles Swidoll⁴, “não é uma posição de agente passivo; pelo contrário, precisa estar focado no ambiente (contexto), na mensagem verbal e não verbal, demonstrar-se interessado, decodificar a mensagem e dar um feedback claro e objetivo. Vida é 10% o que acontece a você e 90% como você reage a isso.”

Para finalizar, o último e quinto passo sintetizo a forma: **SUCINTA, ESPECÍFICA e RELEVANTE**.

Quanto menos detalhe, melhor. Lembre-se que tempo é vida e ir direto ao assunto nunca foi tão sinônimo de assertividade que, associado à clareza, potencializa a compreensão da mensagem. E para fechar o tema, trago

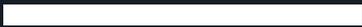
⁴ Comunicação assertiva: o que você precisa saber para melhorar suas relações pessoais e profissionais /Coodenadoras Camila Benatti, Andrea Becker – São Paulo, SP: Literare Books Internacional, 2021, pg. 22.

uma frase de Viktor Frankl: Quem tem um porquê, enfrenta qualquer como. E aqui volto ao propósito para enfatizar que quem não vê relevância e causa naquilo que você comunica dificilmente encontrará motivação para lembrar ou comprar a sua marca.

Somado a isso tudo, use seus melhores recursos de encantamento do seu público: VOZ, EXPRESSÃO CORPORAL, RESPIRAÇÃO e TRANSPIRAÇÃO. Ser assertivo, além de tudo, requer paixão e dedicação. Quando o assunto é assertividade, seus resultados não vêm quando você deseja mudar o outro, mas quando decide investir o seu tempo lapidando a si mesmo.

**COMO USAR AS REDES SOCIAIS PARA
GERAR BONS NEGÓCIOS
(MARKETING JURÍDICO ÉTICO)**

(REILLE GOMES)



É normal que o ser humano tenha MEDO, e com os Advogados não é diferente.

E os grandes medos são: Morrer, Empobrecer, Doença e Ousar (MEDO). Esse último então, os advogados têm pavor.

Desde a nossa infância somos moldados para seguir padrões, e quando fazemos algo diferente, logo somos chamados a atenção pelos nossos pais. Dessa forma tentamos ser o mais padrão possível, porque nenhuma criança gosta de “tomar um puxão de orelha” dos pais.

Sendo assim, continuamos a nossa vida seguindo os padrões que a sociedade nos impõe, inclusive depois que nos tornamos advogados ousar parece uma utopia muito distante.

Linguajar erudito, técnico, roupa social (terno e vestidos), e muito, mas muito tradicional. O advogado que sai desse padrão e se propõe a ousar logo se destaca dos demais.

E o que acontece quando somos diferentes da maioria? Chamamos a atenção, os holofotes ficam bem de frente para nós, e a grande maioria prefere voltar a ser tradicional a encarar de frente essa exposição.

E o marketing jurídico, nada mais é do que se colocar nessa posição de destaque.

Todos sabemos do alcance estratosférico que a internet possui.

Com um único conteúdo você pode alcançar, dezenas, centenas, milhares e até mesmo milhões de pessoas. Algo que demoraria a vida toda de um(a) advogado(a) para acontecer, atualmente é possível de se realizar em poucos minutos.

Eu desconheço na atualidade uma maneira mais fácil, rápida e barata de se tornar autoridade no meio jurídico, ser reconhecido e conseguir clientes do que produzir conteúdo na internet.

Sendo assim, vamos largar esse MEDO de ousar?

O MEDO de falar, de travar, gaguejar ou até mesmo falar algo errado.

O MEDO da OAB, pois, muitos colegas deixam de produzir conteúdo nas redes sociais, porque tem MEDO de ser punido pela ordem, porém, desconhecem as regras em relação a publicidade na Advocacia.

O MEDO de ser julgado por outros colegas de profissão, amigos ou familiares (isso irá acontecer quando você começar a produzir conteúdo).

O MEDO de te chamarem de “blogueirinho(a)” e dizerem que você só fica produzindo conteúdo nas redes sociais porque não tem clientes.

De falarem que você não é bom ou boa o bastante, e que já existem milhares de advogados outros que compartilham conteúdo na internet. Por que alguém iria querer ouvir logo você?

CHEGA!

Chegou o dia do basta. Chegou o dia de você ousar e deixar esses MEDOS de lado. Chegou o seu dia, o dia de começar a produzir conteúdo na internet e conquistar tudo o que você sempre sonhou. Chegou o dia de você dar um passo importante na carreira rumo ao sucesso na Advocacia.

E para te incentivar ainda mais, eu quero trazer alguns números sobre a internet.

De acordo com uma pesquisa da Cetic.br (Centro Regional para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação) 3 em cada 4 brasileiros usam a internet todo dia ou quase diariamente⁵. De acordo com o IBGE, a população brasileira é de 215.240.071 pessoas⁶.

Ou seja, o marketing jurídico através das redes sociais, te possibilita aparecer para milhões de potenciais clientes que passam grande parte do dia navegando pela internet e redes sociais.

Mas a OAB não proíbe o Marketing?

Talvez essa seja a maior falácia de todos os tempos. As pessoas que falam isso é porque desconhecem sobre as regras, ou porque tem medo de você começar a produzir conteúdo nas redes sociais e ter muito sucesso. Algo que elas não têm coragem de fazer.

Dessa forma, recomendo a leitura do Código de Ética e Disciplina da OAB, capítulo VIII, do artigo 39 ao 47, e do Provimento 205/2021. Você irá encontrar praticamente tudo o que precisa sobre o que pode e não pode fazer em relação ao marketing na Advocacia.

Marketing na prática

Uma vez que você decidiu começar a produzir conteúdo nas redes sociais, conhece das regras da OAB, agora precisa aprender técnicas para produzir os seus conteúdos na internet.

⁵ <https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/3-em-cada-4-brasileiros-acessam-a-internet-todos-os-dias-ou-quase-diariamente-21062022> (consulta realizada em 05/10/2022).

⁶ <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html> (consulta realizada em 18/10/2022).

E eu vou te ensinar uma que eu utilizo em todos os meus conteúdos, que é o PHD.

PHD

Na internet você não está competindo com o seu concorrente, na internet você compete por atenção. Seja política, futebol, dancinhas, bebês fofinhos ou mesmo musas fitness.

A concorrência é desleal, por isso apenas conteúdos técnicos não bastam. É preciso entretenimento. E eu não estou falando de dancinhas, ok?

Muitos colegas advogados informam apenas o Direito, o que diminui o interesse das pessoas pelo conteúdo, fazendo com que ela nem pare para ler ou assistir aquele conteúdo.

Uma forma simples e prática de produzir conteúdo na internet é utilizando a técnica do PHD (Pergunta, História e Direito).

Exemplificando:

Primeiro começa o conteúdo com uma Pergunta:

Pergunta: Você sabia que pode se divorciar de forma rápida, sem precisar dar entrada em um processo judicial?

Depois conte uma História antes de informar o Direito. Isso fara com que as pessoas prestem atenção. Afinal desde criança adoramos histórias. E contar histórias é uma forma de entretenimento. Eu tenho certeza que já passou horas assistindo um filme ou maratonando séries, e não conseguia prestar atenção na aula de Direito Tributário.

História: o: Recentemente apareceu uma cliente aqui no escritório, que pretendia se divorciar do marido. Os dois já não viviam juntos, concordavam em se divorciar e não tinham filhos menores. Além disso ambos tinham outros relacionamentos, porém, continuavam casado “no papel” e queriam resolver isso de forma rápida.

Agora sim, depois que reter a atenção da pessoa é que você entrega o Direito.

Direito: Dessa forma, o que eu indiquei para eles e indico para você que quer se divorciar de forma rápida, sem precisar esperar por anos judicialmente, e que faça esse divórcio no cartório, desde que atendidos os requisitos legais, que são: consenso entre o casal quando à decisão do divórcio, não terem filhos menores ou incapazes e ter a ajuda de um advogado como assistente jurídico.

Conclusão:

Espero que eu tenha ajudado você a perder um pouco do medo em relação ao marketing jurídico. Te trouxe dados animadores sobre a internet e a quantidade de possíveis clientes que você pode conquistar, além de ter te dado uma técnica para utilizar na produção de conteúdo.

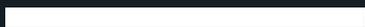
Se você quiser saber mais sobre marketing jurídico, é só me procurar na internet e nas redes sociais digitando Reille Gomes que irá me achar.

Chegando lá, me envia uma mensagem dizendo que leu esse e-book, que eu vou te entregar mais uma técnica para utilizar nos seus conteúdos.

Um abraço. Reille Gomes.

**ORATÓRIA: FERRAMENTA FUNDAMENTAL
PARA RESULTADOS NA ADVOCACIA**

(RENATA DE ALCÂNTARA E SILVA TERRA)



Na Advocacia temos muitos colegas famosos por sua excelente oratória. Muitos exemplos, como a de Oswaldo de Lia Pires, vêm da área criminal pela necessidade de gerar conexão e comoção no Tribunal do Júri.

Contudo, não podemos restringir essa ferramenta em apenas uma área. Todos os ramos do Direito são importantes e nós advogados precisamos gerar conexões com nossos clientes, pares e demais membros do Poder Judiciário. Além de ser ferramenta essencial ao desenvolvimento do trabalho em si, a oratória também serve para trazer resultados no cotidiano dos nossos escritórios.

Às vezes precisamos lidar com nossos colaboradores, com nossos chefes, além dos próprios clientes. A comunicação com as pessoas, entendendo-as e fazendo com que nos compreendam não é um talento, mas sim uma habilidade que pode ser desenvolvida.

Mas, afinal, qual o conceito de “oratória”? No Dicionário Michaelis⁷[7] a oratória “é a arte e prática de falar em público; retórica.” Sendo uma prática, corrobora o que dissemos até agora sobre se tratar de uma habilidade que pode ser desenvolvida, mas a respeito do “falar em público” essa arte significa que devemos nos expressar de uma maneira organizada, com intenção e utilizando técnicas que servirão para informar, influenciar ou entreter alguém.

Algumas das técnicas a serem desenvolvidas para uma boa oratória são a modulação da nossa voz, a manutenção de contato visual, o cuidado com a linguagem corporal e as nossas expressões faciais. Tais pontos, se adequados e ajustados, farão com que nos expressemos da forma correta – e a forma correta é passar aos outros exatamente o que pretendemos.

⁷<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/oratoria/> Acesso em 15/10/2022.

Além disso, o bom orador pratica a escuta ativa que consiste em ouvir o outro com atenção, compreendendo o que está sendo dito sem gastar energia já pensando na resposta. Quando ouvimos alguém atentamente, nos conectamos com essa pessoa e facilitamos um diálogo produtivo.

A oratória é a arte de se comunicar e o advogado precisa se comunicar de forma assertiva e sem medo de se posicionar.

É muito comum, infelizmente, as pessoas referirem o “medo de falar em público”. Para alguns colegas, a necessidade de fazer uma audiência ou uma sustentação oral é capaz de causar pânico. Esse medo não é de falar, mas de falhar, se expor ao ridículo, ser criticado ou não ser aceito. Porém, se esse medo não for enfrentado, essas pessoas estarão, de certa forma, se escondendo e não se apresentarão ao mundo como são, em sua expressão única como indivíduos, perdendo grande oportunidade de gerar conexões e de aprender.

O advogado não deve ter esse medo, devendo procurar se desenvolver cada vez mais no contato com as pessoas, pois o Direito está a serviço da sociedade e a advocacia é um lindo instrumento de cidadania que não pode ser desperdiçado.

Quanto mais desenvolvermos a nossa oratória, mais conexões geraremos com as pessoas ao nosso redor e, ao nos abrir para as possibilidades de diálogo, a cada dia, evoluiremos a nossa comunicação.

A advocacia é relacionamento humano e esse relacionamento necessita de uma comunicação adequada, tranquila, assertiva, bem-posicionada e ao desenvolvermos esses pontos sem medo de falhar, atingiremos grandes resultados.

O atendimento ao cliente, por exemplo, que é quem nos traz as demandas para trabalharmos, não necessita de um escritório colossal, de estruturas de alto padrão ou qualquer questão estritamente material. O cliente quer ser acolhido, compreendido, escutado e, ao notar que estamos disponíveis e presentes, no momento, para ouvi-lo, ele sentirá esse acolhimento, ficando confortável e confiando na nossa capacidade. A conexão estará gerada e trará frutos.

O atendimento de excelência, tão falado no nosso meio, não existirá sem o desenvolvimento da nossa oratória.

Lembrem-se: diariamente nós lidamos com diversas pessoas e se elas não nos entenderem é porque estamos nos expressando mal. Ao estudar mais sobre oratória, você verá a importância da empatia, pois não é possível construir uma negociação positiva se não entendermos as motivações do outro e não apresentarmos os nossos pontos com clareza.

Nós não sabemos, ao encontrar alguém, se essa pessoa será nossa cliente algum dia ou não. Portanto, trabalhar as técnicas da oratória nos fará cada vez melhores, envolventes e assertivos. Com certeza é um esforço que vale a pena ser feito.

Ao acabar esse artigo, pare um minuto e pense sobre a forma como você está se comunicando com os seus clientes, se está disponível para ouvi-los ou se, no atendimento, está pensando em outra coisa ou já formulando respostas. Pense se você, em qualquer lugar que vá e surja uma oportunidade, não está se escondendo e deixando de falar que é advogado ou advogada. Pense se você não está se esquivando por medo de se posicionar. Pense na imagem que está passando aos outros.

Treine o contato visual, o tom de voz (não muito baixo que não passe firmeza e nem gritante para não ser inconveniente), analise sua postura e faça os ajustes. Leia mais sobre oratória e as técnicas envolvidas. Faça um curso. Treine, treine, treine e treine. A oratória é uma habilidade que pode ser desenvolvida por todos.

Com o treino e essa análise diária e honesta de como você se porta e fala, tenha a certeza de que os resultados virão. O advogado, para o cliente, é aquele que vai auxiliar na resolução do problema e, normalmente, os problemas são gerados ou aumentados por ruídos na comunicação. Comunique-se bem e todos saberão sobre a sua capacidade de gerar resultados positivos.

**A AUTO RESPONSABILIDADE COMO
FERRAMENTA DE SUCESSO NA
ADVOCACIA**

(RICARDO DIOGO MEDEIROS DE ARAUJO)



Muitos colegas de profissão, operadores e operadoras do direito em geral, percebem que necessitam impulsionar mais a sua carreira de alguma forma, embora muitas vezes não saibam como gerir esse plano de mudança.

Em determinado momento da minha vida profissional e pessoal, no passado, eu tinha praticamente todas as respostas para os acontecimentos negativos que ocorriam comigo, em especial, no meu escritório, ao qual sou gestor, ou pelo menos, pensava que tinha essas respostas. Se era um cliente que não pagava meus honorários; ou que acabava optando pela contratação de outro escritório; o cansaço pelo excesso de trabalho, e por consequência, a minha falta de tempo com esposa e filhos; os sábados e domingos sacrificados em nome de um crescimento que não chegava nunca ou não na velocidade que eu gostaria. Enfim, eu tinha resposta pronta na ponta da língua para tudo.

E mais, as minhas respostas sempre iam na direção de culpar sempre os outros pelos meus insucessos. Culpava os clientes; a concorrência; a política e os políticos; a economia do Brasil e do mundo e até mesmo as semanas de chuva em minha cidade. Para tudo havia uma resposta e um responsável. Foram vários anos vivendo e trabalhando como se eu tivesse uma venda nos olhos, que não me deixavam enxergar a verdadeira realidade dos meus resultados.

E assim eu segui por anos. Até o dia que eu disse um “chega” e tomei a decisão de não mais permanecer na minha vida profissional como eu vinha conduzindo, da mesma forma.

Fui em busca de algo novo, de aperfeiçoamento, de respostas mais concretas. Desde então, são horas e horas de cursos e mentorias.

Durante uma das várias imersões que realizei aqui no

Brasil e nos Estados Unidos, aconteceu uma grande “virada de chave” na minha vida! Um palestrante me fez a seguinte pergunta: “De quem é a culpa por você estar vivendo essa vida?”

Esse questionamento entrou na minha mente como um raio e me veio a infeliz e realista conclusão: “Eu mesmo sou culpado por todos os resultados que estou tendo...”.

Diante da minha resposta, fiz outra indagação: “Como eu poderia mudar toda aquela situação?”

E as soluções foram surgindo e com elas um novo olhar e um novo caminhar profissional.

Entre o “tapa na mesa” com o grito de “chega” veio a dor da consciência. Sim, ela dói. E eu deixei a dor vir. Eu senti, mas o mais importante, eu não paralisei. E esse foi um momento crucial, da grande virada do meu negócio.

Não esqueça que seu cérebro vai entender que há um movimento recém chegado sendo feito por você e ao seu redor, que há algo diferente no ar e no ambiente que “ele” já dominava e tinha o controle. Seu cérebro irá travar um embate com você. Como assim? Antes, havia uma trilha que era seguida, já traçada, um caminho familiar, o funcionamento e as reações emocionais já eram conhecidas.

Depois da consciência, da dor e da tomada de decisão, seguida pela ação, da busca pelo diferente, camadas de conhecimento e de inteligência emocional foram sendo solidificadas. E assim, os resultados apareceram.

E assim eu sigo até hoje. Não parei nunca mais.

Continuo investindo em mim. Aprendi que se eu tiver o “timão” do navio da minha vida, eu próprio sou o responsável por todos os sucessos e insucessos que eu obter na advocacia. Compreendi que não poderei dar aos

outros a responsabilidade do meu destino.

E você? Como está a sua vida profissional?

O que você tem feito para tomar “as rédeas” da sua carreira profissional?

Você tem gerido o seu tempo de forma adequada, respeitando o seu corpo e sua família?

Você tem tempo de qualidade para se dedicar as pessoas que você mais ama?

Você tem um modelo eficaz de gestão dos seus processos e do seu escritório, ao qual te permite ficar dias fora da sua cidade, sem você estar preocupado com os prazos processuais e atendimentos dos seus clientes?

Você tem um modelo de marketing jurídico que te atende bem?

Como você reage quando algum colaborador age de forma improdutiva? Você consegue julgar as suas atitudes, sem julgar aquela pessoa?

E ainda, você é capaz de identificar com clareza quais são as suas maiores deficiências e suas maiores potencialidades no exercício da sua atividade profissional? Sugiro que faça agora uma lista em uma folha em branco, com 10 (dez) deficiências e 10(dez) potencialidades profissionais que você possui.

O quanto você tem sido um facilitador de bons resultados e um solucionador de obstáculos e problemas, perante as pessoas questão a sua volta?

Se você não tem essas respostas ou se você as respondeu negativamente, é hora da tomada de consciência. Tudo começa por ela, isto é, você ter a consciência profunda do seu estado atual (que nada mais é a situação que sua vida

profissional atualmente está).

A Autorresponsabilidade passa, necessariamente, por abandonarmos o que chamo de “estado de vitimização”.

No mundo daqueles que buscam a felicidade e o sucesso não há espaço para lamentações ou gestos ou palavras lamuriosas.

As pessoas que permanecem constantemente neste estado de vitimização, geralmente buscam negativamente alimentarem-se de uma órbita que sustente as suas fracas convicções, atraindo para si e sua volta outras pessoas que ajudem a sustentar aquele mesmo ambiente de maus resultados. É um ciclo vicioso!

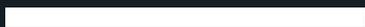
E é neste momento, para você que está lendo esse texto, que eu faço um convite sério e honesto: SE VOCÊ DESEJA MUDAR OS SEUS RESULTADOS EM QUALQUER ÁREA DA SUA VIDA, EM ESPECIAL, NA ÁREA PROFISSIONAL, PARE DE QUERER MUDAR OS OUTROS E COMECE A SE TRANSFORMAR NA SUA MELHOR VERSÃO! TOME A DECISÃO DE SER O COMANDANTE DA SUA VIDA E DONO DOS SEUS RESULTADOS!

O grande segredo da mudança total de rumo na direção de excelentes resultados na vida de um operador do Direito, é sem dúvida, abandonar o seu estado atual e tomar a decisão de, verdadeiramente, assumir o papel de protagonista da sua própria história de vida!

Desejo extraordinários resultados! Obrigado!

REPROGRAMAÇÃO DE CRENÇAS

(TICIANA ARÊA LEÃO)



Define-se por crença a firme convicção e a certeza sobre algo. A crença é a ideia que se considera verdadeira e à qual se dá todo o crédito. Elas são programas mentais que determinam todos os nossos resultados.

As certezas que temos sobre algo nos mantém à mercê destas mesmas convicções visto que elas são autorrealizáveis, cedo ou tarde a manifestação do que acreditamos de forma irrefutável sobre algo, irá acontecer.

Um exemplo prático: João, advogado, tem a crença de que a advocacia está abarrotada e que não há mais vagas para ele no mercado. Essa certeza absoluta sobre esse aspecto de sua vida faz com que João comunique, fale para si e para os outros diariamente em grupos de WhatsApp, conversas no momento do cafezinho, opiniões em redes sociais, sobre o quão difícil é advogar, sobre derrotas e fazendo piadas de suas condições.

A partir disso ele começa a pensar como um derrotado, sem oportunidades de negócios e sem reconhecimento. Inicia-se, a nível inconsciente, a proliferação de imagens mentais internas em que João se vê como incapaz e sem merecimento.

Essas imagens são relacionadas ao que ele comunicou, e na sequência se inicia o processo de sensações negativas. Medo, ansiedade, tristeza, insegurança, baixa estima, se manifestam na vida de João. E tudo começou através da comunicação.

Por fim, o mundo cocriado por ele mesmo através da simples comunicação se materializa, ou seja, a advocacia para ele irá se manifestar como um ambiente abarrotado e sem oportunidades.

Através deste exemplo apresentei a você, nobre colega de profissão, a matriz ativa de geração de crenças. Tudo se

inicia com a comunicação. E na dinâmica de reprogramar as crenças é absolutamente necessário cuidar da sua linguagem falada e escrita.

Ademais, vale ressaltar que a maior parte de nossa comunicação acontece na via não verbal e assim sendo, é imprescindível cuidar da postura, manter ombros erguidos, olhar altivo, roupas alinhadas (não necessariamente caras), postura de quem está no mercado para vencer.

Ou por acaso você contrataria alguém que não passa credibilidade em sua comunicação verbal e não verbal? Você se contrataria para uma demanda judicial séria e de grande relevância? São questionamentos válidos que trazem consciência sobre seu estado atual e te movem para decisões necessárias.

A maioria de nossas crenças são estabelecidas ainda na infância e a participação dos nossos pais ou de quem fez o papel de pai e mãe nas nossas vidas é de fundamental importância em nossas vidas, pois na infância tudo o que nos é dito tem forte impacto emocional. No entanto, o que não foi feito corretamente na infância pode ser reprogramado na idade adulta, sendo necessário tempo de dedicação, ferramentas adequadas e ambiente laboratorial.

Apresento agora a matriz passiva de geração de crenças que nos diz que os estímulos aos quais somos expostos programam nosso cérebro. Precisamos nos tornar selecionadores do que ouvimos, dos ambientes que frequentamos, das amizades que temos, pois tudo isso programa o nosso cérebro e determinam os nossos resultados.

Pare um pouco e observe qual é o nível das amizades que você tem. Seu contágio social é determinante. São pessoas positivas, alinhadas com sua missão de vida?

Possuem estilo de vida funcional ou te colocam para baixo?

A verdadeira reprogramação das suas crenças acontece quando você acessa os lugares certos, pessoas certas e tem conhecimento certo. O cérebro humano é uma máquina que se adapta rapidamente aos ambientes e se o seu ecossistema não for favorável você simplesmente entrará na frequência negativa na qual está imerso.

Para gerar consciência faça uma lista das pessoas que você mais convive, dos ambientes, dos conhecimentos que têm acessado nos últimos tempos. E agora observe se essa lista converge com o perfil de um profissional de sucesso. Tome as decisões necessárias sem coragem de desagradar.

Ao longo de anos de mentorias individuais e em escritórios de Advocacia o que percebi é que as pessoas são profissionais muito bons tecnicamente, porém no que tange ao estilo de vida, à inteligência emocional e às soft skills existe uma lacuna gigantesca. Esse vazio é preenchido por baixa estima, insegurança, turnover, baixos resultados e maus negócios.

Talvez o que falta em sua carreira hoje não seja mais uma pós ou um curso, talvez você já tenha conteúdo suficiente para performar, no entanto, o gap emocional que gera disfunção em sua identidade, capacidade e merecimento não permite voos mais altos.

Enquanto Presidente da Comissão Nacional de Coaching Jurídico tenho a missão de ajudar a Advocacia a viver bem na profissão sem perder a qualidade de vida e se eu puder plantar a semente do autoconhecimento e da multidisciplinaridade de ferramentas para que a alta performance seja alcançada, estarei certa de que sairemos mais fortes nesta jornada.

A Advocacia é profissão próspera, mas que não perdoa os covardes. Viva a jornada, expanda a consciência e tome decisões fortes.

Estaremos sempre juntos levando Justiça a quem precisa.

**METAS E OBJETIVOS
NEUROLOGICAMENTE CORRETOS
(WALTER SANTANA)**



“Tem poder quem age”, leciona o célebre e renomado Master Coach Paulo Vieira, e não há como falar de metas e objetivos sem falar de ação. E para agir, você primeiro precisa primeiro saber quem você é, e depois onde você está e aonde quer chegar.

E agir significa substituir suas desculpas por ações, transformar a trajetória da sua vida profissional ao decidir exatamente onde quer chegar, e para isso você precisa descobrir, entender e compreender tudo o que tem te impedido de realizar seus maiores sonhos, de tomar atitudes que realmente façam a diferença na sua vida em direção a estes sonhos.

A realização da sua meta mais ousada pode depender muito menos tempo do que você imagina, isto porque os nossos objetivos, antes de acontecerem de forma palpável, acontecem primeiro na nossa mente, através de pensamentos que formam as Sinapses Neurais. Seus objetivos precisam acontecer dentro de você antes de acontecerem fora, e para isto se faz necessário a construção de uma realidade interna, de representações internas que espelhem a realidade dos objetivos que você quer alcançar.

E para agir, no sentido da realização dos seus sonhos, você necessitará de foco, que nada mais é que uma visão clara, certa, detalhada e específica de onde você quer chegar. Ter clareza de onde você quer chegar e caminhar nessa direção. Sem isso não tem como ter sucesso. Crianças e adultos imaturos se distraem facilmente e perdem o foco. Enquanto você não tirar o que tira o seu foco, nada de progresso na sua vida vai acontecer, e o que tira o seu foco são seus vícios, sejam eles químicos ou emocionais.

Além de foco, você precisará também estabelecer um método de imersão numa rotina de aprendizado, pois como assevera o escritor Paulo Vieira em sua obra “O

Poder da Ação”, o que você não tem é pelo que você ainda não sabe, porque, se soubesse, já teria.

Tal imersão consiste em ler, estudar, assistir vídeos, palestras, cursos, se dedicar a aprender, buscar orientação de mentores, conversar com pessoas da sua área profissional, do seu nicho no Direito, e investir horas de estudo aprofundado, acima da média.

Outro ponto importante é a congruência com seus valores, que são as coisas ou estados mentais que lhe movem. Estão no centro de quem você é, e são a energia por trás das suas metas, que fazem você se comprometer com algo. Todas as nossas Metas são potencializadas pelos nossos valores. E se você ainda não sabe quais são os seus valores, experimente responder estas perguntas: O que de fato é importante na sua vida? O que move suas ações? O que te faz levantar todas as manhãs? O que te deixa com raiva? O que te deixa frustrado? Com quem você se importa?

E para garantir que suas metas respeitam seus valores, ao estabelecer a sua meta sempre identifique o valor por trás delas se perguntando: O que a conquista dessa meta fará por você? Esta meta prestigia os seus valores ou está em desalinho com eles?

Metas devem contemplar o que de fato é importante na sua vida e também os seus valores mais importantes, de forma congruente.

Somente com foco, imersão e congruência de valores, será possível efetivamente promover uma mudança na sua maneira de ver, pensar e sentir, que por consequência acarretará numa mudança de comportamento, que gerará resultados diferentes em todas as áreas da sua vida.

Infelizmente a maioria dos profissionais do Direito ignora

que, a vontade de se preparar precisa ser muito maior que a vontade de conquistar o sonho, quer seja a independência profissional, quer seja aquele concurso tão almejado.

A verdade é que você só vai alcançar suas metas e objetivos, independentemente do tamanho e complexidade, quando você se preparar de forma ideal para conquistá-los.

E o que é estabelecer metas? É pensar na solução, no futuro. Ter metas é sinônimo de ter vida, ao passo que, a ausência de metas e objetivos é um caminho mais curto para a morte, pois seu cérebro não tem preparo nem desafios quando não existem metas a perseguir.

Metas bem estabelecidas trazem mudança de comportamento e atitude, pois você passa a direcionar sua vida na direção delas. Estabelecer Metas é dizer o que você quer, ao passo que não fazê-las é focar no problemas e no que está errado.

Você precisa estabelecer metas de curto prazo [2-6 meses] e longo prazo [1- 3 anos], porém sem exagerar em suas quantidades, pois excesso de metas de curto prazo geram ansiedade enquanto que excesso de metas de longo prazo geram marasmo e zona de conforto.

Algo de extrema relevância é que suas Metas não vão acontecer se elas não estiverem objetivadas no papel! Portanto, pare, pense e escreva-as!

E o que de fato são metas e objetivos neurologicamente corretos? São metas e objetivos que prestigiam o seu sistema cognitivo, que são congruentes com a sua forma de pensar e de viver. É uma meta/objetivo exequível dentro de você, e para isto basta seguir os seguintes passos:

- 1) Estabelecer metas de forma positiva – a mente detesta termos negativos como perder, eliminar, ou com a palavra “não”;
- 2) Estabelecer metas desafiadoras e realistas – separar o que é possível do que é impossível;
- 3) Estabelecer metas sob seu controle - A meta deve ser iniciada, criada, executada e controlada por você;
- 4) Estabelecer metas mensuráveis ao longo do tempo – a meta deve ser medida e acompanhada o tempo todo;
- 5) Identificar os recursos para realizar sua meta – devem ser identificados seus recursos internos e externos, e de tudo o que você vai precisar para tornar realidade a meta;
- 6) Estabelecer metas específicas – a meta deve ser sensorial (deve ser vista, ouvida e sentida), você precisa ver os detalhes através de imagens, colocar sons nessa imagem e se sentir nela;
- 7) Estabelecer metas ecológicas – a meta deve respeitar os seus valores, fazer bem para você e para as pessoas à sua volta;
- 8) Tem que ter plano de ação (5W2H) – você deve usa-lo para acompanhar e executar em detalhes as suas metas, pois, de nada adianta você colocar suas metas no papel se você não tiver um plano de ação definitivo para conquista-las.
- 9) Estabelecer metas de forma temporal – definir tempo exato para começar e para acabar.

Ter metas e objetivos neurologicamente corretos e ter um plano de ação é o que definitivamente vai alavancar a sua carreira e te conduzir a um futuro de prosperidade de sucesso, e lembre-se: A Zona de Conforto só acaba quando você tem Metas e Objetivos escritos em um papel.

**GESTÃO DE TEMPO E
PRODUTIVIDADE: O TEMPO COMO
SEU ALIADO**

(DÉBORA PONTES)



Eu poderia começar este artigo falando sobre o que você deve deixar de fazer hoje para se tornar uma pessoa mais produtiva; ou sobre o passo a passo para gerenciar as tarefas do seu dia a dia; ou ainda sobre como se tornar uma pessoa produtiva em 10 passos. Eu sou capaz de apostar que você já leu pelo menos um artigo com um desses títulos. Mas, meu objetivo aqui não é trazer mais do mesmo. Não é falar para você andar com listas de tarefas para cima e para baixo, ou então para sair de todas as suas redes sociais, ou parar por completo de assistir a programas de televisão. Meu objetivo aqui é que você, refletindo sobre gestão, tempo, rotina, disciplina e, por fim, produtividade, possa decidir o que fazer com isso.

Nosso ponto de partida, então, é pensar por que você deseja gerir melhor o seu tempo para se tornar uma pessoa mais produtiva? Olha, ser mais produtivo não é um fim em si mesmo. E seu desejo deve ser motivado por algo mais íntimo que talvez, só talvez, você ainda não tenha sequer se perguntando. Minha sugestão para você é que pegue um papel e anote a sua resposta. O que você está buscando de verdade? Seu objetivo é deixar de ser preguiçoso? Seu objetivo é ter mais tempo livre? Seu objetivo é aumentar sua geração de renda? Seu objetivo é deixar de ser uma pessoa procrastinadora? Seu objetivo é ter mais tempo com a família?

Lembrando que preguiçoso e procrastinador são adjetivos que qualificam pessoas diferentes. Uma pessoa preguiçosa opta por não fazer nada, a menos que tenha a vontade de fazer. É uma pessoa que não se compromete realmente com nenhum projeto, considera tudo muito difícil e, normalmente, espera que alguém resolva seus problemas. Para uma pessoa procrastinadora há um adiamento constante de tarefas. Ela até se compromete, mas, usualmente, entrega as tarefas no limite do prazo ou até mesmo um pouco atrasadas. Esse adiamento pode estar relacionado à insegurança para executar determinada atividade, ou por considerar uma tarefa muito simples ou muito complexa, ou, ainda, por dificuldade de concentração. O mais desafiador para o procrastinador costuma ser uma sensação angustiante e reiterada de extrema ansiedade

quando os prazos finais se aproximam.

Eu não sei qual é o seu time. O que importa é que seja verdadeiro consigo mesmo nesta autoavaliação. Mas, por quê?

Porque ter nitidez sobre seu objetivo está diretamente relacionado ao significado de gestão. Gestão vem do termo em latim *gestione*, e configura o ato de administrar ou de gerir recursos, pessoas ou qualquer objeto que possa ser administrado com alguma finalidade.

No nosso caso, estamos falando de gestão de tempo para se tornar mais produtivo para alcançar o objetivo que você anotou aí no seu papel.

Mas, e o tempo? O tempo é implacável. Os ponteiros do relógio caminham sem que nada os impeça. Se fizer ou se não fizer o que se comprometeu, o tempo vai passar.

O mais interessante é que há quem diga que vê o tempo passar, sem fazer nada de fato interessante, pois está consumido pela rotina. Pobre rotina, tão mal interpretada.

Usando conceitos do mundo empresarial para qualificar rotina, é possível dizer que são padrões de ações interdependentes, repetitivos, reconhecíveis e desempenhados por múltiplos atores.

O fato é que a rotina se configura a partir de uma relação contínua entre seus aspectos ostensivo (o padrão) e performativo (a ação) e artefatos envolvidos para sua viabilização (sistemas, planilhas, etc.), de forma que é possível afirmar que as pessoas são levadas a alterar suas rotinas ou artefatos, em acordo com as oportunidades ou as restrições impostas pelo contexto.

Nota-se, dessa forma, que a liberdade do indivíduo para influenciar as rotinas é negligenciada, o que de certo modo, explica a correlação simplista entre rotina e imutabilidade,

repetição e tédio.

O que nos leva a pensar em um outro conceito também muito injustiçado: a disciplina. Já vi disciplina ser definida como “força de vontade”; como “autodomínio” e até como “obediência às regras e aos superiores”.

Eu prefiro um outro conceito de disciplina. Para mim, disciplina é amor. Só é possível ser verdadeiramente disciplinado com aquilo que se ama. O ator é disciplinado com seus cursos e estudos porque ama a arte de atuar; a bailarina é disciplinada com seus ensaios e com seu corpo porque ama a arte de dançar; o músico é disciplinado com os cuidados com seu instrumento porque ama tocá-lo e o som e a emoção que produz.

Percebeu que só conseguimos ser disciplinados de verdade com aquilo que amamos? Talvez, você não consiga fazer dieta e ir regularmente à academia para eliminar aqueles quilinhos indesejados porque você ama mais a comida, do que seu próprio corpo. Só talvez...

Para ser naturalmente disciplinado, fazer naturalmente suas entregas e ser naturalmente produtivo você precisa amar o seu “porquê”. Esse que você escreveu aí no seu papel. Leia de novo! Esse objetivo é mesmo seu? Ele faz sentido para você? Mais do que sentido, você o ama?

Se esse objetivo que está aí no papel for de alguém que você ama, ainda assim ele não será seu, ok?! Cuidado com as armadilhas! Cuidado com a posição de “agradador”: aquele que faz para ver os outros felizes. Seja feliz primeiro você, para então levar felicidade ao seu entorno.

E não é que chegamos a tal produtividade?! Mas, afinal, o que é ser produtivo?

Se você for procurar um significado no Google, a ampla maioria que encontrar, estará relacionada ao trabalho e te dará inúmeras dicas de como deixar de ser humano para se tornar uma



CONSELHO FEDERAL