

01

Princípio da autoridade

Transcrição

Você já se perguntou por que as pessoas em geral têm uma tendência a seguir figuras que consideram como uma autoridade?

Houve um grande experimento científico desenvolvido pelo psicólogo Stanley Milgram na década de 1960, no qual as pessoas estavam dispostas a castigarem outros participantes movidas pelas ordens de uma autoridade (um professor).

Em uma das variações do estudo, toda vez que um dos participantes (um ator) errasse uma pergunta, o outro integrante do estudo (pessoa comum) deveria lhe dar um choque. Os choques eram de mentira, mas o ator fingia estar sentindo cada vez mais dor, chorando e gritando.

Mesmo sentindo-se desconfortáveis com a situação, os participantes convidados cumpriam o que era mandado porque o ser humano tende a obedecer a quem ele julgava como superior, por uma questão de respeito.

De acordo com Robert Cialdini, um professor de Psicologia e Marketing na Universidade do Arizona, descreveu o fato de sermos influenciados nesse contexto ao **princípio da Autoridade**. Segundo ele, faz parte da natureza humana sermos influenciados por uma autoridade.

Contei isso para contextualizar o estudo do Cialdini, que segundo o princípio da autoridade, nós podemos estimular alguém a fazer o que queremos, desde que ela tenha a percepção de que somos uma referência no assunto.

Mas trazendo para a nossa realidade, como podemos ajudar a Mirror Fashion a usar esse princípio? Vamos dar uma olhada no que algumas marcas estão fazendo? Assim podemos ter ideias para aplicar na Mirror Fashion.

Se acessarmos a página [Sobre \(<https://www.alura.com.br/sobre>\)](https://www.alura.com.br/sobre) da **Alura** temos esse texto, repare como a história de como a empresa surgiu é contada, e como o Paulo Silveira e o Guilherme Silveira são citados. Os dois são reconhecidos na área de desenvolvimento e aprendizagem pela comunidade de programação, então segundo o princípio de Cialdini, ao usar isso na descrição, nós podemos demonstrar autoridade.

Sobre a Alura



A **Alura** nasceu da [Caelum](#), uma renomada empresa de treinamentos presenciais em tecnologia. Os irmãos Paulo Silveira e Guilherme Silveira, que são desenvolvedores, professores e fundadores da empresa, perceberam que muitos alunos não tinham acesso ao nosso conteúdo por problemas de distância e horário, e outros não se ajustavam para o ritmo da classe e do instrutor. Lançamos a Caelum Online em 2011 e, com o sucesso do projeto, criamos uma marca própria em junho de 2013, a Alura.

Por que os nomes do Paulo e d Guilherme são citados? Os dois são considerado referências na área de desenvolvimento, porém essa autoridade não começou hoje. A história tem seu início em 2001, com a criação do [GUJ. \(<http://www.guj.com.br/>\)](http://www.guj.com.br/).

Em 2001, eles criaram o fórum, justamente para as pessoas poderem debaterem, pudessem tirar suas dúvidas e aprender. O fórum ganhou muita força, e assim contribuiu para a construção da autoridade dos dois. Então, de uma forma muito inteligente, a Alura utilizou os recursos da autoridade dos dois para favorecer o poder de comunicação deles. Quem

acompanha o trabalho de ambos e os vê iniciando um novo projeto pensa: "O Paulo e o Guilherme são bons no que fazem, então, olharei essa iniciativa com mais atenção, porque com certeza é bom!".

Vamos analisar outro exemplo. Ao vermos a postagem da *Vivara*, pensamos: "se a Gisele Bündchen está com eles, o produto é bom, está na moda, é chique..."



Damos inúmeros atributos ao produto só de ver a Gisele usando?

Por que isso acontece? Porque a Gisele é considerada uma autoridade na área de moda e beleza. Perceba que temos a mesma linha de raciocínio sobre o Paulo e o Guilherme.

Outro exemplo sobre autoridade, foi quando a Angélica se associou a um e-commerce voltado para o mercado infantil. Ela virou sócia e em troca, trabalhou como porta voz da marca por ter uma imagem ligada à família, e ao cuidado de mãe e cuidado com os filhos. O que acontece se dez marcas quiserem me vender e se uma empresa que tem a figura da Angélica, as chances de darmos preferência para o e-commerce dela são maiores.

Nós vemos, mais uma vez, o princípio da autoridade nos influenciando a tomar determinadas ações. No caso das empresas, muitas das vezes, essas ações são para fortalecer a marca, ganhar visibilidade e converter mais vendas.

Lembrando que esses dois exemplos são positivos e existem outros, mas vale a pena ressaltar que o Cialdini avisa que esses princípios da persuasão precisam ser usados sempre de forma ética.