

## Advogados não devem impor suas razões aos jurados e sim convencê-los

A chegada das câmeras às salas de julgamento — um assunto ainda controverso nos Estados Unidos — pode agradar a muita gente. Mas pode também ser mais um elemento de dispersão no trabalho de advogados e promotores. Eles podem perder o foco nos jurados no Tribunal do Júri. A única pessoa estranha ao corpo de jurados, que também pode fazer parte da audiência, é o juiz, diz o advogado e professor de Direito Elliott Wilcox, editor do *TrialTheater*.

O advogado ou promotor presta um desserviço ao cliente (ou à causa) quando, nas alegações iniciais ou finais, se dirige a uma audiência mais ampla do que a de jurados, por qualquer motivo. Muitas vezes, algum advogado ou promotor prefere "fazer uma apresentação" para todos os presentes no tribunal. Às vezes, para o cliente ou para a família da vítima. Outras vezes, para os jornalistas presentes no tribunal. E deixa de se concentrar especificamente nas pessoas que tem o dever de persuadir: os jurados e o juiz.

A presença de jornalistas no julgamento, como a de estudantes e professores de Direito e colegas de profissão, já é uma tentação para o advogado ou promotor "exibir" seu desempenho. A adição de câmeras é uma tentação ainda maior. Cria a possibilidade do profissional se dirigir ao grande público. Quem sabe, "fazer uma apresentação" ao vivo 1 ou gravada — para todo o país. Ou aparecer nos telejornais do horário nobre.

Mas o que realmente importa — o que dá prestígio profissional e rende frutos na carreira do advogado ou do promotor — é ganhar a causa. E para ganhar a causa, é preciso ganhar a opinião favorável dos jurados e, provavelmente, do juiz. Portanto, é nessa audiência que o profissional deve concentrar todo o seu poder de fogo.

### Outras recomendações

Seu primeiro trabalho, se quer ganhar uma causa, é "conhecer sua audiência", diz o professor. Isso é uma tarefa a ser executada antes do julgamento. Por isso, você deve pesquisar, sempre observando a ética profissional, tudo o que pode sobre o juiz que vai atuar no caso e sobre as pessoas que vão compor o júri (e também as testemunhas, para as inquirições — especialmente, as cruzadas).

Conhecer a audiência é a regra mais importante para uma advocacia eficaz, afirma ele. É preciso conhecer o juiz, seus pensamentos, suas decisões anteriores, sua maneira de conduzir o julgamento, por suas próprias pesquisas e por conversas com colegas, diz. No caso dos jurados, você tem de conhecer suas origens, suas crenças religiosas, suas convicções sociais, seus traços culturais, sua formação educacional, seus usos e costumes. Ou, pelo menos, ter uma boa noção sobre esses fatores que influenciam a maneira de pensar dos jurados.

Você não deve tentar impor suas próprias razões aos jurados ou ao juiz. Em vez disso, ajude-os a formar suas próprias convicções. Lembre-se de que nem o juiz, nem os jurados decidem com base nas razões do advogado ou do promotor. O juiz decide com base em suas próprias razões. E cada jurado também decide com base em suas próprias razões. E no que se baseia o jurado para formar sua própria



convicção? De tudo que você falou ou apresentou, ele vai se basear apenas naquilo que ele entendeu. E em fatores que forem consistentes com as convicções anteriores dele.

O objetivo do juiz é tomar a decisão certa. Mas, via de regra, também pesa o fato de que ele quer tomar uma decisão que seja sustentada por um tribunal superior — e não rejeitada. De certa maneira, ele tem de prestar contas de sua decisão a um tribunal superior, se houver recurso. Por isso, você o ajudará a tomar uma decisão favorável a seu cliente se lhe fornecer fundamentação jurídica e processual para ele formar essa convicção. Você fala com o juiz intelectualmente.

O objetivo de cada jurado também é tomar a decisão certa. Mas ele também terá de prestar contas aos familiares, aos amigos, aos colegas de trabalho e a membros de sua igreja sobre sua decisão. Em outras palavras, ele terá de sustentar sua decisão perante a sua própria audiência. Por isso, você deve ajudá-lo a formar suas próprias convicções, tarefa que pode conter mais elementos emocionais do que intelectuais. O essencial do caso deve ficar claro para ele. Qualquer argumento que o jurado tenha dificuldade de entender e, portanto, de explicar mais tarde, deixa de ter importância para ele.

Se a decisão esperada do jurado for impopular, você deve se empenhar mais ainda em ajudá-lo a desenvolver uma boa explicação por ter absolvido (ou condenado) o réu. Não se pode esquecer que o jurado tentará proteger os princípios, as crenças, os usos e costumes que são caros a ele e a sua comunidade. Assim, é preciso ajudá-lo a formar uma convicção de que sua decisão é consistente com seus valores. É preciso dar-lhe elementos para suas contra-alegações, quando for contestado por sua família, amigos, colegas de trabalho e membros da igreja. E ele sabe que será. Portanto, imagine-o tendo que dar essas explicações e o ajude.

Não assumam que os presentes saibam o que você sabe, entendam o que você entende e que façam as mesmas suposições que você faz. Seja mais didático, mesmo com o juiz, às vezes. Por exemplo, você não pode assumir que o juiz conheça todos os detalhes, todo o histórico processual do caso. Nem que jurados conheçam termos ou qualquer expressão, por mais que sejam populares entre a comunidade jurídica. A parte que se expressa melhor, dentro das limitações da audiência quanto ao idioma, tem mais chance de vencer a disputa. "Falar bonito" é puro exibicionismo. Não ajuda em nada o cliente ou a causa.

Em vez disso, tente sedimentar as ideias na mente dos jurados. Para isso, sempre que possível e desejável, use analogias — como semelhanças entre um fato do processo e algo que acontece no futebol, no trabalho, na vida cotidiana das pessoas. Apresente ilustrações, dê exemplos, para deixar claro sua teoria, seu raciocínio, sua linha de argumentação.

Olhe diretamente nos olhos das pessoas que quer persuadir. Não caia no erro de falar para suas anotações ou para qualquer recurso tradicional ou moderno que usar para fazer sua apresentação. Nem mesmo para a imprensa. Faça contato direto com os olhos dos jurados ou do juiz. Se os olhos são a "janela da alma", você não quer fechar a cortina.

Não fale para a imprensa. Quando a mídia está na sala de julgamento — principalmente se houver câmeras — o ego tende a afastar o bom senso. Não há nada de errado em buscar notoriedade. Ao contrário, isso ajuda na profissão. Mas, na sala de julgamento, o interesse maior é o do cliente. Não adianta jogar para a arquibancada e perder o jogo. A notoriedade vinda da vitória produz melhores



resultados.

Por isso, não se esqueça da razão principal — na verdade, a única — de sua apresentação para a audiência de jurados: ganhar a causa. Não caia na tentação de tentar impressionar seu cliente, seus colegas de profissão, os jornalistas ou o público na sala de julgamento. Se, para ganhar a causa, for melhor falar menos, fale menos. Se for melhor não interrogar uma testemunha, não o faça. Afinal, seu cliente não espera que você dê um *show* de bola. Ele espera que você ganhe o jogo.