

# **COMO FALAR EM PÚBLICO USANDO PNL e técnicas de oratória**



**DIEGO MANGABEIRA**

**COMO  
FALAR EM PÚBLICO  
USANDO PNL  
e técnicas de oratória**

**por DIEGO MANGABEIRA**

*Este Valioso Livro Pertence A:.*

---

## ÍNDICE

---

[BÔNUS ESPECIAL: MEU CURSO PARA VOCÊ](#)

[DEDICATÓRIA](#)

[CAPÍTULO 1 - ORIGEM DA COMUNICAÇÃO](#)

[CAPÍTULO 2 - COMUNICAÇÃO ESCRITA](#)

[CAPÍTULO 3 - COMUNICAÇÃO VERBAL](#)

[CAPÍTULO 4 - COMUNICAÇÃO NÃO-VERBAL](#)

[CAPÍTULO 5 - ESCUTA ATIVA](#)

[CAPÍTULO 6 - VOCABULÁRIO DA MUDANÇA](#)

[CAPÍTULO 7 - APRESENTAÇÃO EM PÚBLICO](#)

[CAPÍTULO 8 - NEGOCIAÇÃO](#)

[CAPÍTULO 9 - DICAS PODEROSAS DE COMUNICAÇÃO EFICIENTE](#)

[CAPÍTULO 10 - STORYTELLING](#)

[ÍNDICE REMISSIVO](#)

*Coloque a lealdade e a confiança acima de qualquer coisa; não te alies aos moralmente inferiores; não receies corrigir teus erros.*

CONFÚCIO

## BÔNUS ESPECIAL: MEU CURSO PARA VOCÊ

---

Como forma de agradecer você por estar lendo este livro, também irá gostar do meu curso na Udeemy.

Clique no link abaixo e receba um valor promocional para acessar o meu curso "Como falar em público usando PNL e técnicas de oratória".

Aprenda como os gatilhos mentais podem chamar a atenção do seu público em qualquer apresentação estimulando seu potencial criativo para expressar seus sentimentos e suas emoções, usando a programação neurolinguística (PNL), o coaching e a neurociência para reforçar suas atitudes, vencendo sua timidez e sua vergonha em público e criando um condicionamento vencedor para encantar sua platéia.

Para acessar este Bônus Especial com um valor promocional, por favor, clique no link abaixo:

<http://bit.ly/falarempublico-udemy>



## **DEDICATÓRIA**

---

Dedico a Deus, a minha família e meus mentores que me ensinaram tantas lições a serem compartilhadas com a Humanidade.

## CAPÍTULO 1

### ORIGEM DA COMUNICAÇÃO

---

Se você falar com um homem numa linguagem que ele compreende, isso entra na cabeça dele. Se você falar com ele em sua própria linguagem, você atinge seu coração

NELSON MANDELA

Escrever é uma das coisas que o ser humano adora fazer! Digo isso, porque desde o tempo das cavernas o homem tenta se comunicar com os outros através de várias técnicas diferentes...Quem curte aqueles documentários sobre História da Humanidade no Egito, na Mesopotâmia (atual Iraque) ou até mesmo sobre as civilizações pré-colombianas (Maias, Astecas e Incas) sabe do que estou falando...Adoro esses programas porque aprendo muito também!

Várias maneiras diferentes foram testadas: caverna, hieróglifos, fogos de artifício, pombo-correio, cartas, sinais de fumaça, monumentos históricos...Todas essas formas de comunicação têm um ponto em comum: ser social!

Eu resolvi criar uma linha do tempo para você perceber que desde tempos remotos, o ser humano criou várias maneiras de se comunicar e conseguiu ter criatividade em usar os recursos que possuía na época para se expressar e registrar os eventos cotidianos de suas vidas...

#### **Mesopotâmia e Pérsia**

Para quem curti estudar História (como eu!) vai se lembrar do Crescente Fértil, que era uma região com bastante fertilidade agrária na região do Oriente Médio.

Nessa região, civilizações se desenvolveram como o Egito, a Mesopotâmia (atual Iraque) e a Pérsia (atual Irã), guerras foram declaradas (lembra do filme 300 que mostra os espartanos protegendo a Grécia da invasão persa?) e, personagens históricos foram criados para sempre como Leônidas de Esparta, Platão e Aristóteles em Atenas e Alexandre O Grande que queria conquistar o mundo.



Nesta época, muitas maneiras brutas de comunicação foram criadas e usadas como a escrita cuneiforme e criação de estátuas e esculturas em alabastro (um tipo de pedra bastante resistente tal como o mármore).

Olho por olho, dente por dente...Você conhece essa expressão?

Pois é, ela foi criada e passada de geração em geração por causa do código de um antigo legislador da Mesopotâmia, chamada Hamurabi. O código que era totalmente baseado e escrito em pedra registrava as maneiras como as pessoas deviam viver e julgar crimes na sociedade na época, lembrando que era uma maneira bastante primitiva de legislação afinal era de fato agressiva para os tempos atuais como, por exemplo, se um infrator cometesse um crime de assassinato usando uma faca com a mão direita, ele deveria perder esta mão e, poderia ser condenado à prisão ou a torturas até sua morte.

### **Egito**

Pirâmides, Esfinge, Ramsés, Tutancâmon, Nefertiti, rio Nilo, Rá, Moisés, Cleópatra, Alexandria...Esses nomes são comuns para você? Já ouviu alguma vez, pelo menos uma vez na sua vida?

O Egito foi uma das nações mais desenvolvidas da Antiguidade e até hoje é cultuado pela sociedade...Eu, por exemplo, curto heavy metal e uma das bandas que gosto, Iron Maiden, tem um CD (Powerslave) com um quê de exótico, com uma capa inclusive que remete às pirâmides.

A comunicação foi extremamente desenvolvida no Egito por causa dos escribas, classe social que era dedicada a escrever todos os acontecimentos sociais e as realizações que aconteciam na época usando o papiro, planta bastante comum que crescia às margens do rio Nilo. Usando o papiro eles criaram os hieróglifos. Além disso, você deve se lembrar, que as pinturas dentro das pirâmides, templos e até mesmo, o conceito de Arquitetura que eles usavam representavam a cultura egípcia e tinham um significado único.

Um ponto interessante que quero destacar aqui em termos de comunicação é a Pedra de Roseta, pedra encontrada por um dos soldados de Napoleão Bonaparte nas Guerras Napoleônicas que ocorreram no Egito em 1798, com todas as traduções dos símbolos egípcios para a linguagem europeia da época.

### **Grécia**

Aristóteles disse que todo homem é um ser social na antiga Grécia por um motivo muito claro...Estamos em constante evolução e queremos sempre compartilhar nosso conhecimento, nossa sabedoria, o nosso eu com outro

ser. Isso é tão real que, mesmo que ele tenha dito isso, nós ainda hoje queremos mostrar isso em nossas Redes Sociais...Não é verdade? Não é verdade que seu perfil do Facebook é cuidadosamente organizado e estruturado para mostrar o que você quer mostrar?

### **Roma**

Como se esquecer dos romanos? Muitas organizações e modelos de desenvolvimento econômico foram baseados em Roma. A nossa própria legislação foi baseada no Direito Romano e a estrutura política também, como o Senado. Muita coisa se desenvolveu, inclusive a comunicação, não é a toa, que as estradas romanas, a evolução do bem-estar social e guerras de conquista de “povos bárbaros” tenham se desenvolvido progressivamente em um curto espaço de tempo.

Comunicação escrita com uso de cartas, estátuas famosas e construções memoráveis como o Coliseu e o Fórum Romano e evolução da comunicação verbal, já que vários oradores apareceram nesta época, como o imperador Júlio César e o senador Cícero.

### **Jesus Cristo**

Jesus foi e continua sendo um marco histórico dentro de nossas vidas. Naquela época, os judeus usavam o Torá, para registrar os livros da Bíblia conhecidos na época e muitas histórias foram passadas de geração em geração.

O que quero reiterar aqui é o fato que Jesus foi um dos maiores oradores de nossa História e, até hoje, vem influenciando modelos de Oratória, como o uso de metáforas e histórias para expressar suas ideias como modelos de coaching e liderança...Você provavelmente já deve ter ouvido falar sobre Liderança Servidora, né? Um livro clássico que fala sobre isso é o “O Monge e o Executivo” do James Hunter (recomendo a leitura inclusive).

### **China**

Um dos povos mais antigos da Humanidade e pouco estudado. Fico triste em saber que a maioria das pessoas conhecem apenas três coisas sobre a China: comida, muralha e terra das bugigangas a preços inferiores ao nosso mercado.

Mandarim, pólvora, pipas (ou papagaios), nanquim, criação de templos não conhecidos pelo Ocidente até então, comércio, artes marciais, disciplina e honra...Essas foram “descobertas” dos europeus quando chegaram lá. Uma estrutura completamente diferente do que eles estavam acostumados a ver e

entender, não é à toa que até hoje, poucos conhecem de fato como se comportar como um oriental, afinal a estrutura social, inclusive, é bem diferente da nossa.

### **Idade Média**

Era das Trevas. Conhecimento e comunicação baseados no medo. Humanidade parou por vários séculos e ficou presa a velhos dogmas...Ser humano não desenvolveu seu potencial.

### **Renascimento**

Comunicação reestruturada. Novas descobertas. Evolução do ser humano nos campos da Antropologia, Artes, Filosofia, Medicina, Literatura, Política, Economia, Religião...Não faltam exemplos de pessoas que fizeram a diferença durante este período: Leonardo da Vinci, Michelangelo, Lutero, Botticelli, Shakespeare.

### **Chegada dos Europeus na América**

Comunicação voltou à estaca ZERO. Como assim, Diego? Vou te explicar, você já jogou IMAGEM&AÇÃO ou brincou de mímica? Lembra de como era difícil expressar palavras difíceis sem poder falar NADA?!

Pois é, essa foi a principal dificuldade que os europeus tiveram quando encontraram os povos que aqui moravam. A comunicação voltou à estaca zero, tanto que isso é verdade que os europeus usaram o escambo, prática de oferecer presentes em troca de outro presente para tentar se comunicar. Deu certo?

Infelizmente...Porque o preço desta troca foi avassalador. Enquanto o europeu oferecia um espelho, o americano nativo oferecia ouro, prata ou outra pedra de valor, ou seja, em sua inocência não argumentaram se isso era certo ou errado, afinal queriam conhecer melhor quem chegava do grande Mar com grandes barcos.

### **Civilizações pré-colombianas (Maias, Astecas e Incas)**

Os povos nativos da América desenvolveram sua cultura baseados na agricultura de maneira diferenciada. Astronomia e astrologia anos à frente da Europa, escrita diferenciada, comunicação entre as regiões eficiente (independente se estivessem no alto dos Andes ou no meio da mata), arquitetura evoluída com fundamentos que desafiavam o conhecimento europeu como o uso de arcos nos templos que usavam a força das pedras e o ângulo que eram colocadas para servir de peso umas das outras.

## **Revolução Industrial**

Evolução da tecnologia e da massificação da produção. Não é à toa que a comunicação se desenvolveu tanto com o uso da máquina a vapor, da estrutura de produção em massa, expansão dos povos europeus para outras regiões do mundo como para a África e Ásia. Uso de cartas e a literatura tal como vemos hoje como um sistema estruturado de uma companhia permitindo o acesso a determinado tema começou a ser criado.

## **Iluminismo**

Vamos levar a LUZ para o mundo! Esse era o lema dos Iluministas como John Locke, Isaac Newton, Diderot, Benjamin Franklin, Thomas Jefferson, Kant, Adam Smith, Rousseau, Voltaire, Marquês de Pombal. Com a evolução dos modelos socioeconômicos, o ser humano teria que evoluir também e não ficar preso a velhos e tradicionais dogmas de velhas estruturas europeias. A comunicação deu um salto e o entendimento/questionamento do próprio ser humano pelo ser humano passaram a ser a constante que levou o modelo a evoluir como uma escola filosófica.

## **Revolução Francesa**

Liberdade, igualdade, fraternidade. Uma das maiores revoluções da História que levou o mundo à mudança. Uso de campanhas de revolução com panfletos, quadros e comunicações eficientes dos revolucionários levaram a França a tirar do poder o imperador Luís XVI para colocar nas mãos do povo. Um governo governado pelo povo para o povo.

## **Independências e Unificações**

A comunicação eficiente da Revolução Francesa trouxe reflexos para outros países. Foi um dos fenômenos mundiais mais impactantes em termos de aspectos sociais a serem usados para justificar a conquista da liberdade por outros povos, dentre eles os Estados Unidos e a América Espanhola.

Além disso, o forte teor social trouxe um ponto principal de união entre o povo oprimido ou separado, digo isso porque a Itália e a Alemanha estavam divididas em vários reinos separados e foram unificados em 1870 e 1871, respectivamente.

## **Revoluções e Guerras Mundiais**

Nada aconteceu na História por acaso e a comunicação estava lá, já que os reflexos de revoluções e unificações levaram ao crescimento de várias

ideologias nacionais diferentes e de conceitos sociais diferentes. O século XX foi palco das maiores revoluções e guerras criadas pelo ser humano.

Na Rússia e na China, a revolução bolchevique e comunista criou um novo sistema socioeconômico de desenvolvimento baseados em conceitos econômicos de Karl Marx e Friedrich Engels. O mundo conheceria assim a União Soviética (URSS) e a República Socialista da China, liderado por Mao Tsé-Tung.

Na Europa, novos conceitos e novas crises alcançaram o ápice levando a várias falências e pobreza do povo, criadas pela crise da Bolsa de Nova York em 1929, que também impactou outros países, como o próprio Brasil, ainda economicamente dependente de suas fazendas de café.

A comunicação alcançava assim outro ápice! Comunicação global com a evolução do código Morse, sistema telegráfico, da imprensa, telefone...Isso foi muito importante para a humanidade!

Porém, a comunicação pode ser usada para vários fins, dentre eles, para a criação de guerras. As Primeira e Segunda Guerras Mundiais aconteceram e o uso de um tipo de comunicação antes desconhecido virou tendência: propaganda. Propaganda de guerra, uso da televisão, de filmes, do jornal, do rádio...

### **Revolução Verde**

Ninguém estudou a ecologia tão a fundo os impactos do ser humano na Natureza, como hoje. Grupos como Greenpeace, WWF e SOS Mata Atlântica são bebês, comparado com a nossa história, mas criaram tremendas transformações na História. Fizeram parte da onda da Revolução Verde, que era nada mais nada menos do que a evolução da estrutura agrária de alimentos através do aumento da produtividade com o uso de produtos químicos e da genética.

Comunicar sobre o verde, reciclagem, plantar árvores, desperdício de água e aquecimento global é novo. Nós vamos ser os seres transformadores do nosso querido planeta Terra!

### **Revolução Digital**

Dentro da Era da Informação, novos conceitos foram criados e novas tecnologias foram desenvolvidas. Com o advento da tecnologia da Corrida Armamentista entre os países capitalistas e socialistas, as tecnologias militares criaram o que conhecemos hoje como Internet.

A comunicação se tornou um fator estratégico de conquista e divisão. O computador foi criado para processar informações, antes impossíveis de serem calculadas rapidamente pelo cérebro humano.

Hoje em dia, computadores, tablets e smartphones fazem parte de sua vida e a comunicação encontrou uma nova maneira de ser criada. Hoje online, dinâmica e *on time* .

Você sabe uma notícia sobre alguém em qualquer parte do mundo no Twitter, conhece um vídeo viral do YouTube em um blog que você acessa todos os dias ou recebe conteúdo de qualidade através de newsletters de sites que você admira e de pessoas que você acompanha na Internet.

A comunicação evoluiu bastante e evoluirá mais ainda e, você faz parte disso!

A História é uma prova viva que o ser humano nunca estacionou num tipo de comunicação e não seria agora que tudo vai estacionar...Vamos fazer a diferença?

## CAPÍTULO 2

### COMUNICAÇÃO ESCRITA

---

Quando você quer alguma coisa, todo o universo conspira para que você realize o seu desejo.

PAULO COELHO

Como você notou no capítulo anterior, a comunicação escrita foi umas primeiras formas de comunicação criada pelo ser humano nas cavernas, nas pedras, nos papiros e nos templos. Hoje usamos muito papel... Ainda!

Na escola você aprende a escrever bem cedo e vai perdendo a prática com o tempo. Tem muito adulto que não sabe escrever determinada palavra ou escreve com uma letra horrível. Leitura e caderno de caligrafia são ótimos remédios nessas horas!

É muito importante escrever em um bloco de notas ou caderno, porque quando você faz isso, ativa regiões cerebrais importantes relacionadas à criatividade e raciocínio, coisa que não acontece quando você apenas digita (que é mais fácil de um ponto de vista de comodidade).

Muitas pessoas me perguntaram: Diego, como escrever bem ou como faço para melhorar a maneira como me expresso com outras pessoas?

A minha resposta é simples: TREINO. Você só irá escrever bem se praticar muito e não cometer certos erros que vou comentar neste capítulo.

#### **Diferença entre Escrita Online e Offline**

Escrever em um papel é bem diferente de escrever no computador. Isso é fato! Vai te demandar obter um papel, uma caneta ou um lápis, escolher uma área plana (mesa, cômoda) e um lugar confortável sem muitos ruídos para você escrever aquela mensagem simples, objetiva e que será facilmente compreendida por quem for ler seu bilhete.

Além disso, você vai precisar utilizar sua mão direita ou esquerda para começar a escrever com uma letra que poderá ser entendida facilmente.

Sua comunicação vai ser perfeita desta maneira?

Depende. Depende da maneira que escreveu, se usou coesão e coerência em suas frases e uso correto da língua portuguesa. Não quero entrar em méritos gramaticais, porque não é o foco, mas quero reiterar que você precisa fazer o trabalho de casa antes de começar a escrever, afinal a maior parte dos problemas causados entre as pessoas são causados pela comunicação ineficaz. Segundo a [pesquisa divulgada](#) recentemente pelo Project Management Institute (PMI), a comunicação ineficaz põe em risco 7,5% do capital de um projeto.

Tá na hora de focar no importante!

### **Comunicação Offline**

Aprenda como exercer a Escrita Efetiva, ou seja, use o Tripé da Comunicação Escrita: produzir uma resposta, tornar o pensamento comum aos outros e persuadir.

Se você não atender, primordialmente, a essas três funções, pouco adiantará escrever bonito e "certinho". O conhecimento da gramática é apenas um dos meios para chegar a uma comunicação correta, mas não é um fim em si mesmo. Ao escrever, você não deve ficar obcecado (a) em demonstrar erudição e cultura gramatical.

Resumindo, posso dizer que a comunicação escrita eficaz está apoiada num tripé, como se pode ver no esquema abaixo:



E se um dos pés escorregar? Bem, aí o tripé desmonta e... lá vêm os desastres da comunicação!

### **3 Dicas para Escrever Bem**

1) Obedeça às regras gramaticais, evitando erros de sintaxe, de pontuação, de ortografia



2) Procure a clareza, evitando palavras e frases obscuras ou de duplo sentido

3) Agrade o leitor, empregando expressões elegantes e fugindo de um estilo muito seco

### **Comunicação Online**

Sobre comunicação online, a história não é diferente. Aliás, o cenário decepciona, porque li [um artigo sobre a Nova Gramática](#), na qual comenta que é difícil o brasileiro seguir regras da língua portuguesa. Na Internet é pior, porque tem muita gente deixando com que o Google ou Google Tradutor faça a sua parte em se comunicar bem...Eu conheço muitas pessoas assim e você? Também conhece?

Escrever um documento de texto no Bloco de Notas, ou no Word do Office ou no Pages do Mac exige atenção e profissionalismo. Não é para amadores, afinal você quer se comunicar bem e, não é a toa que está lendo este livro dedicado apenas a isso.

Algumas dicas para escrever online são:

- Planeje a estrutura do seu texto, com parágrafos, capítulos e formato
- Pense nas palavras certas, inclusive fazendo uma pesquisa no Google das palavras-chave usando o Keyword Planner do Google Adwords
- Escreva o seu texto sem medo e sem formatação inicial
- No dia posterior, leia o texto novamente e faça as modificações necessárias (esse dia depois, vai ajudar o seu cérebro a avaliar melhor a sua ideia, inclusive isso serve para a criação de posts em seu Blog)
- Peça alguém para ler o seu texto e criticá-lo... Esteja aberto para ouvir novos pontos de vista!
- Use os feedbacks para melhorar o seu texto e formate-o novamente
- Publique seu texto

### **Escreva Bem em E-mails**

E-mails são ferramentas poderosas para você se comunicar. Muita gente diz que o e-mail vai desaparecer, mas no fundo, eles são peças fundamentais de comunicação em empresas, pessoas, família, amigos...

Escrever bem em e-mails é simples! Se você fez o dever de casa das Comunicações Online e Offline vai conseguir um sucesso maior do que antes.

Alguns aspectos que queria destacar são:

- Mantenha um relacionamento com seus contatos, principalmente se trabalha com alguma ferramenta de e-mail marketing, recomendo o [Mailchimp](#) ou o [Leadlovers](#).
- Um e-mail é público, não é privado, pode ser encaminhado e usado contra você se for usado de maneira inapropriada, então muita atenção em relação ao conteúdo
- Escreva mensagens claras, simples e objetivas, nada de blá blá blá
- Seja pessoal nos seus textos, nada de corporativismo como “nós gostaríamos de dizer” ou “nossa empresa”, isso afasta as pessoas
- Ofereça conteúdo de qualidade em seus e-mails, mesmo e-mails com apenas texto podem ser valiosos para as pessoas que estão recebendo sua mensagem
- Avalie o tempo correto para envio para conseguir maior visualização de seu e-mail ou de sua campanha, obtendo maior conversão de aberturas, cliques e compartilhamentos nas redes sociais ou e-mails de contatos próximos
- Crie uma assinatura, isso é essencial para que as pessoas te reconheçam e saibam que não é SPAM

### **Escreva bem nas Redes Sociais**

Duas dicas simples para as redes sociais: seja crítico em relação a você mesmo na hora de escrever suas mensagens e saiba a diferença da comunicação entre cada mídia social.

O primeiro ponto leva em consideração ao conteúdo que você compartilha nas redes, afinal sua identidade social (seu perfil) e, conseqüentemente sua marca está sendo divulgada e promovida. Se estão sendo promovidas mensagens positivas e adequadas ao seu público, sem apelação e conteúdo impróprio, sua fama pode aumentar através das curtidas, compartilhamentos e comentários, ou seja, sua “saúde” social vai aumentar. Ao contrário, se um conteúdo de extremo mau gosto está sendo compartilhado, com linguagem ofensiva que não te representa usando imagens fortes, pior será sua visibilidade social nas mídias.

### **Primeira impressão é a que fica nas Redes Sociais!**

Poucas pessoas na Internet sabem da diferença entre as mídias sociais. A linguagem que você usa no Facebook é bem diferente da usada no Twitter,

por exemplo. Conheça mais as plataformas que você tem conta de usuário e procure posts e cursos sobre elas, saber mais e se profissionalize nelas, afinal é um investimento em você que será recompensado com um trabalho sério, profissional e de longo prazo.

## **CAPÍTULO 3**

### **COMUNICAÇÃO VERBAL**

---

Nada de desgosto, nem de desânimo; se acabas de fracassar, recomeça.

MARCO AURÉLIO

Falar “mamãe” ou “papai” é uma das primeiras maneiras de nos comunicar quando somos crianças. É uma necessidade, inclusive analisando os aspectos biológicos, expressar é uma maneira química de seu corpo dizer: “Ei, estou vivo, aqui estou, me olhe aqui!”

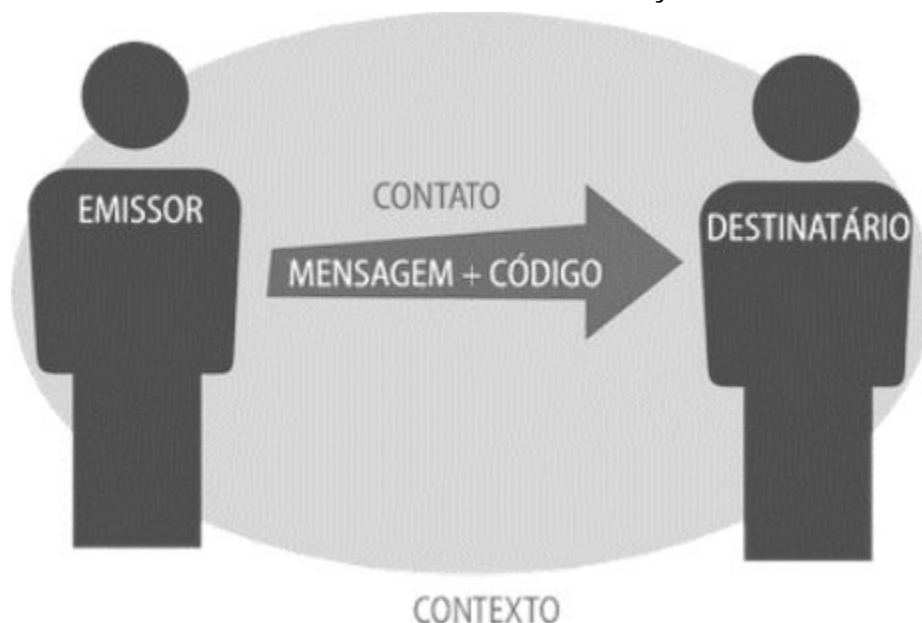
Tanto é verdade, que quando a criança nasce, ela chora, estou viva. A vida é perfeita!

Quando comecei a escrever o livro, várias pessoas me procuraram nas redes sociais e no site sobre vários assuntos, perguntando sobre maneiras de se expressar melhor, principalmente em como falar melhor para seu público, ou seja, é uma preocupação constante das pessoas em sua vida pessoal e profissional.

Voltando aos princípios da comunicação para entender melhor o seu papel quando você fala e expressa o seu ponto, posso destacar quatro aspectos importantes que você deve destacar:

- 1) Emissor: aquele quem emite a mensagem, a figura principal que inicia a processo. Se a mensagem for bem expressada por ele, mais fácil o entendimento, o contrário também é válido, se a mensagem não foi bem expressada
- 2) Receptor: aquele quem recebe a mensagem, precisa estar aberto a ouvir e compreender o emissor para que o entendimento seja mútuo, criando uma relação de dupla-troca (ganha-ganha) na comunicação
- 3) Mensagem: conteúdo da interação entre o emissor e o receptor. Pode ter várias formas para ser comunicada como forma verbal, não-verbal, símbolos, artes, apresentações com slides
- 4) Resposta: retorno da comunicação do emissor pelo receptor após a mensagem ter sido compartilhada, pode expressar entendimento,

desentendimento, crítica, revolta, entre outras reações



### **Importância de falar corretamente**

Acho que o português tem sido esquecido e deixado em segundo plano por muita gente, tanto isso é verdade que recebi vários feedbacks de pessoas que queriam que eu ensinasse a maneira certa de falar nossa língua portuguesa.

Neste último fim de semana, estava em uma livraria e estava buscando a Novíssima Gramática, um dos livros menos vendidos no Brasil, afinal possui todas as regras gramaticais que devemos usar para todas as situações. Não vi ninguém procurando este livro durante 30 minutos que fiquei naquela seção da Língua Portuguesa...Engraçado isso...As pessoas reclamam que ninguém está falando corretamente, mas poucos procuram educação de qualidade para isso.

Não quero aqui generalizar nem julgar ninguém, afinal acredito fortemente que você é uma pessoa diferenciada, que lê bastante livros e procura sempre se educar em relação as maneiras corretas de se expressar, mas essa não é a grande realidade de nosso país.

Uma dica que quero te dar é leia livros. Procure um assunto que curta, que goste de conversar, que te divirta e que faça querer trabalhar com aquilo para o resto de sua vida. Vejo muitos empreendedores se educando e fico bastante feliz em saber que a qualidade do conteúdo dos produtos está aumentando.

## Gerundismo

O mal do século!

Quem nunca ouviu num Call Center, uma mocinha falar com você usando apenas verbos no gerúndio:

“Senhor, você pode estar ligando para a gente no setor de cobrança no número...”

“Vou estar transferindo para o outro setor responsável.”

“A senhora pode tentar estar entrando em contato com nossa empresa na terça-feira após o feriado.”

Compartilhei com você alguns exemplos que já ouvi no mercado, mas você já deve ter ouvido vários e poderá “enriquecer” essa lista com tranquilidade. Não digo que este problema afete apenas Call Centers pelo Brasil, mas afeta a maneira correta de falar e expressar bem.

Segundo o [UOL Educação](#), o gerúndio expressa uma ação que está em curso ou que ocorre simultaneamente ou, ainda, que remete a uma ideia de progressão. Sua forma nominal é derivada do radical do verbo acrescida da vogal temática e da desinência -ndo. Exemplos: comendo; partindo.

Achei bacana também [um post](#) do Reinaldo Passadori sobre como usar o gerúndio corretamente.

Na verdade, o uso do gerundismo é um fenômeno recente no Brasil de implicações semânticas e pragmáticas, usadas, na maioria dos casos, quando o falante não quer repassar a ideia de ações simultâneas se quando a duração não é prioridade.

É correto usar o gerúndio quando se quer expressar uma ideia ou ação que ocorre no momento de outra no futuro. Logo, podemos dizer: “Amanhã, quando você estiver fazendo a apresentação, eu estarei realizando os meus exames.”

Para que haja total clareza de empregabilidade desta locução verbal, de uma vez por todas, dois exemplos descrevem bem o emprego correto e incorreto:

Certo: "Não me ligue nessa hora, porque eu vou estar almoçando."

Neste caso indica que uma ação (ligação) acontecerá durante outro processo (o almoço) que terá certa duração, e que estará em curso.

Errado: "Um minuto, que eu vou estar verificando seu cadastro."

Nesta construção emprega-se erradamente o gerúndio "vou estar verificando" para uma ação que indica um processo que se finaliza imediatamente ao momento da fala. Logo, o correto é: "Um minuto, vou verificar seu cadastro."

Para sermos atendentes mais objetivos ao passar informações, profissionais mais assertivos ao realizarem exposições de ideias, e corporações mais eficazes, em termos de comunicação corporativa, precisamos estar mais atentos ao que pode ser inserido na língua portuguesa, gerando riqueza linguística, potencializando assim, a capacidade de comunicar.

### **Dicas para uma Boa Comunicação Verbal**

- 1) Conheça muito a função e o segmento que você atua, sem conhecimento suficiente, você perde confiança e direcionamento
- 2) A leitura é um excelente treinamento para que você habilite seu cérebro a ter fluência das palavras
- 3) Realize o máximo de apresentações possíveis, só a experiência traz a experiência. Quanto mais você realizar uma tarefa, mais você estará capacitado para tal

## CAPÍTULO 4

### COMUNICAÇÃO NÃO-VERBAL

---

Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.

CHARLES CHAPLIN

Comunicação não-verbal é a comunicação que não é feita com sinais verbais, que não é feita com a fala nem com a escrita. Diferentemente da comunicação inconsciente, que pode ser verbal ou não-verbal. Usando nosso corpo humano e nossos sentidos para nos expressar...E a maneira como você passa a sua mensagem é de fundamental importância para que a ideia seja compreendida corretamente.

A comunicação sem palavras, ou linguagem corporal, inclui expressões faciais, movimentos corporais e gestos, contato visual, postura, o tom de sua voz, e até mesmo a sua tensão muscular e respiração. A maneira como você olha, ouve, se move e reage diz mais para quem está te ouvindo sobre como você está se sentindo sozinho do que palavras podem dizer.

Desenvolver a capacidade de compreender e utilizar a comunicação não-verbal pode ajudá-lo a se conectar com os outros, a se expressar o que corretamente, construindo um melhor relacionamento em casa e no trabalho.

Você pode melhorar a comunicação eficaz usando linguagens corporais abertas: braços descruzados, de pé, com uma postura aberta ou sentado na borda de seu assento, mantendo contato visual com a pessoa que você está falando.

#### **Dicas para melhorar a forma como você lê a comunicação não-verbal**

Você deve praticar observando as pessoas em lugares públicos, como um shopping, ônibus, metrô, café, restaurantes, ou até mesmo em um stand up de televisão com o som mudo. Observando como os outros usam a linguagem corporal pode ensiná-lo (a) a receber e usar sinais não-verbais ao conversar com os outros. Observe como as pessoas agem e reagem uns aos



outros e tente adivinhar qual seria sua relação, o que eles estão falando e como cada um se sente sobre o que está sendo dito.

Esteja ciente das diferenças individuais. Pessoas de diferentes países e culturas tendem a usar diferentes gestos na comunicação não-verbal, assim é importante considerar a idade, cultura, religião, sexo e estado emocional em conta quando se lê sinais de linguagem corporal.

Um adolescente dos Estados Unidos, uma senhora viúva do Brasil, e um homem de negócios asiático, por exemplo, são propensos a usar sinais não-verbais de forma diferente.

Olhe para os sinais de comunicação não-verbal como um grupo. Não leia muito para um simples gesto ou sugestão não-verbal. Considere todos os sinais não-verbais que você recebe, a partir de contato com os olhos para o tom de voz para linguagem corporal. Qualquer pessoa pode escorregar de vez em quando e desfocar o contato visual, por exemplo, ou cruzar os braços brevemente sem querer. Considere os sinais como um todo para obter uma melhor "leitura" de uma pessoa.

### **Dicas para melhorar a forma de entregar a comunicação não-verbal**

Use sinais não-verbais que se correspondem com suas palavras. A comunicação não-verbal deve reforçar o que está sendo dito, não a contradizer. Se você diz uma coisa, mas sua linguagem corporal diz outra coisa, seu ouvinte, provavelmente, sentirá que você está sendo desonesto. Por exemplo, você não pode dizer "sim", agitando sua cabeça.

Ajuste seus sinais não-verbais de acordo com o contexto. O tom de sua voz, por exemplo, deve ser diferente quando você está dirigindo a um filho do que quando você está dirigindo a um grupo de adultos.

Da mesma forma, leve em conta o contexto cultural do estado emocional da pessoa que você está interagindo, lembrando de usar a empatia e a escuta ativa como pontos essenciais para obter sucesso em sua comunicação.

Use uma linguagem corporal para transmitir sentimentos positivos, mesmo quando você não está preparado em determinado dia para realmente vivê-los, o que é normal, afinal nem todos os dias acordamos motivados 100%, tem dias e dias. Se você está nervoso por causa de uma entrevista de emprego, apresentação importante no trabalho, ou primeiro encontro, por exemplo, você pode usar a linguagem corporal positiva para sinalizar confiança, mesmo que você não está sentindo isso. Em vez de entrar em uma sala timidamente com a cabeça para baixo, os olhos afastados, e

deslizando em uma cadeira, tente ficar de pé com os ombros para trás, sorrindo e mantendo contato com os olhos, e aperte a mão firmemente de quem for te entrevistar, por exemplo, demonstrando confiança e segurança.

Fonte: adaptado de [Help Guide](#) e [Psychology.about.com](#)

## **CURIOSIDADES**

### **Significado dos gestos em diferentes culturas**

#### **Apertar a ponta da orelha**

No Brasil - É um sinal de aprovação

Na Índia - É uma forma de se desculpar, ou de mostrar arrependimento por uma falha ou erro cometido

Na Itália - Indica que a pessoa que está sendo apontada é homossexual

Apontar com o polegar para cima, com os quatro outros dedos fechados na palma

No Japão - Significa o número 5

Na Alemanha - Significa o número 1

No Brasil - Significa que está tudo certo e serve também para pedir carona

Na Europa e EUA - É o pedido de carona

Na Turquia - Significa uma tentativa de sedução para sair com homossexual

Na Nigéria e Austrália - É um gesto obsceno

## CAPÍTULO 5

### ESCUTA ATIVA

---

O entusiasmo é a maior força da alma. Conserva-o e nunca te faltará poder para conseguires o que desejas.

NAPOLEON HILL

Escutar outras pessoas é um desafio hoje em dia, o básico está sendo deixado de lado e o que deveria ser o primeiro fator de comunicação entre o emissor e receptor não está sendo valorizado e sendo deixado de lado.

Inclusive vi [um vídeo](#) que retrata isso bem. Criado pelo Claudio Thebas, [este vídeo](#) superengraçado testa se as pessoas realmente estão ouvindo o que está sendo falado.

Um homem pede informações e, no meio do pedido, insere frases aleatórias e absurdas envolvendo “assaltos, sequestros e outras maldades gratuitas”. Confirmam o resultado e questionem: você está ouvindo o que estão te dizendo? Será que as outras pessoas estão escutando o que você fala?

Um dos maiores desafios que vejo em empresas, lendo artigos, estudando autores respeitados nesta área e através da minha experiência profissional é o ouvir, afinal a maior parte das más interpretações de uma comunicação começa aqui.

#### **Ouvir é simples, não é verdade?**

Neste momento, estou em um escritório de uma grande cidade, ouvindo o som das persianas batendo por causa do vento, o barulho dos carros na rua, uma música baixa que está tocando em meu laptop, alguém gritando na rua e uma outra pessoa falando comigo...Quantos sons estou ouvindo ao mesmo tempo?

Cinco sons ao mesmo tempo, certo?

Qual seria um ruído (vai incomodar a maneira que vou ouvir determinado som e não me deixar prestar atenção no que preciso prestar atenção)? No mínimo dois sons são só ruídos...Barulho dos carros e alguém gritando...

Quais sons seriam relacionados ao meu ambiente profissional? Você provavelmente vai falar a música do meu laptop...Correto! Gosto de ouvir um som ambiente bem baixinho para me concentrar, é uma prática minha.

Qual som natural seria relacionado ao ambiente que estou neste momento? O som das persianas, porque é causado pela natureza, como seriam os barulhos de ondas na praia, de um trovão no céu ou de pássaros cantando em um parque.

AGORA! Qual é o som que exige minha resposta neste exato momento?

A pessoa falando comigo, porque ela está olhando para mim, explicando um assunto bastante interessante e deseja meu ponto de vista. Percebeu que o simples é mais neste caso! Vou explicar melhor, eu comentei de cinco sons ao mesmo tempo e o que acontece na maioria das vezes?

Não nos focamos no diálogo, na escuta da mensagem e, consequentemente não prestamos atenção no bate-papo que podemos aprender muito com outra pessoa. É aqui que o gargalo acontece!

Escuta Ativa é você ouvir, refletir o assunto, discuti-lo agregando valor com seu ponto de vista sem interpelar a outra pessoa, esperando o momento certo para falar...Não é muito chato, quando você quer falar sobre determinado assunto e, outra pessoa sempre te interrompe e te impede de completar seu raciocínio?

Isso não é diálogo, como diriam amigos meus...Isso é um monólogo, no qual apenas uma das partes deseja explorar o assunto, sem deixar com que a outra pessoa use a Escuta Ativa para comentar também sobre o que está entendendo.

Escutar é fácil se você tornar este hábito fácil.

Não existe segredo também, muitas pessoas querem uma fórmula mágica para escutar mais as pessoas sem esforço, sem precisar olhar no olho, sem precisar prestar atenção...É o mesmo tipo de pensamento de tentar emagrecer e ficar famoso na Internet sem esforço!

Escuta Ativa é treino, muito treino. Algumas dicas que quero compartilhar para te ajudar neste trabalho são:

- 1) Deixe de lado aquele hábito que você tem de sempre estar falando porque “tem que falar”
- 2) Tenha mais paciência e seja mais ponderado sobre outros pontos de vista, não interrompa o outro se não concordar com determinado posicionamento

3) Não tente ficar pensando em uma resposta durante a conversa porque “tem sempre que responder” para alguém, muitas pessoas já cometem esse erro e não ouvem de fato

4) Escolha um local adequado se precisar ouvir com atenção, principalmente se o assunto é sério e vai precisar de concentração. Lugares barulhentos onde as pessoas podem te interromper para perguntar sobre sua opinião como, por exemplo, em sua mesa de escritório no trabalho ou em casa podem não ser os locais apropriados para um bate-papo sobre estratégias de longo prazo ou sobre uma decisão pessoal que deve tomar para sua vida

5) Fique acordado! Pois é, tem gente que decide ter conversas sérias quando está com sono ou cansado, daí já viu...Nada é decidido, escutar se torna uma tarefa difícil demais para aquela hora. Você deve estar 100% para conversar e, caso alguém queira ter esse tipo de conversa com você, peça para marcar um horário em outra data explicando que prefere que esteja melhor fisicamente para terem mais sucesso

6) Preste atenção em sua linguagem não-verbal, ela diz muito para a outra pessoa que está falando. Expressões faciais de desprezo, raiva ou felicidade são transparentes e você nem percebe...É engraçado isso, inclusive queria te recomendar um exercício: pergunte às pessoas próximas a você o que acham da maneira que você se expressa sem falar, suas expressões, sua linguagem corporal...Você vai se surpreender com a maneira que você “conversa” através do seu corpo e não percebe!

7) Leia e estude mais sobre este assunto, porque quanto mais você estiver preparado para ouvir mais, mais fácil vai se tornar para compreender e ser uma pessoa mais completa em relação à comunicação

## **Empatia**

Saber ouvir e estar aberto a escutar outra pessoa é exercer a empatia, inclusive fiz [um vídeo](#) sobre isso que pode ser acessado [aqui](#).

Empatia é compreender o outro:

- Não fazer falsos julgamentos
- Estudar quem está falando antes de uma reunião sabendo de sua experiência profissional, por exemplo, se tiver uma reunião com um importante membro de sua empresa

- Respeitar a forma que a outra pessoa se expressa, inclusive entender porque a outra pessoa fala como fala por causa de suas experiências pessoais

- Escutar ativamente

Ser empático é muito importante, inclusive através de estudos das pessoas mais bem-sucedidas percebeu-se que elas tiveram um crescimento maior sobre as suas habilidades através dos desafios que apareceram em suas vidas e, conseqüentemente aprenderam a ser mais empáticos com as pessoas que se relacionaram para absorver o que poderia ser usado por elas para crescer como seres humanos.

Um exemplo claro disso foi o Michael Jordan, um dos maiores jogadores de basquete do mundo, que ouviu muito NÃO no começo de sua carreira e usou aquela palavra como FORÇA PARA VENCER. Foi tão empático que nunca agiu sozinho no Chicago Bulls, time de basquete no qual se consagrou.

Ele entendia tão bem sua equipe que sempre deu assistências matadoras durante os jogos, que mudaram a maneira que os atletas acreditavam neles mesmos. Isso tanto é verdade, que Scottie Pippen, seu colega e futuro amigo dele no Chicago, cresceu muito profissionalmente e foi capaz de ajudar o time a conquistar títulos e autoridade no cenário internacional.

## **CAPÍTULO 6**

### **VOCABULÁRIO DA MUDANÇA**

---

Dentro de nós estão as respostas para todas as perguntas que podemos fazer.  
Você não tem ideia de quanto é sábio!

LOUISE HAY

Dentro da comunicação é fundamental que você saiba que as suas palavras têm um poder de comando, portanto escolha-as com sensatez. Além disso, as palavras que você habitualmente escolhe também afetam como se comunica consigo mesmo.

Como bem disse, Tony Robbins em seu livro “Desperte o Gigante Interior”, as pessoas com um vocabulário empobrecido levam uma vida emocional empobrecida; as pessoas com um vocabulário rico possuem uma palheta multicolorida para pintar suas experiências, não apenas para os outros, mas também para si mesmas. Se queremos mudar nossa vida e moldar nosso destino, precisamos escolher conscientemente selecionar as palavras que vamos usar, e precisamos empenhar sempre para expandir nosso nível de opções.

Se você está usando um conjunto de palavras que está criando estados que o enfraquecem, livre-se dessas palavras, e as substitua por outras que o fortalecem, mudando sua experiência emocional, o que vai mudar o seu estado e, conseqüentemente vai te permitir fazer perguntas mais inteligentes.

Decidi escrever um capítulo sobre vocabulário porque a maneira que você fala e escreve, impacta a mensagem que você quer transmitir para quem vai te ouvir, independente se for no universo online ou offline, portanto mude suas emoções antes de passar a sua mensagem...Mude as palavras que está acostumado a usar por palavras que vão quebrar o seu padrão, ou seja, vão te fazer refletir sobre sua atitude negativa para uma atitude positiva e poderosa, que vai ser fundamental para você no momento da comunicação.

Adaptada do livro “Desperte o Gigante Interior” do Tony Robbins, seguem alguns exemplos de palavras simples e ridículas que você pode começar a

usar imediatamente para reduzir sua intensidade e obter maiores resultados positivos:

<b>Emoção/expressão negativa</b>		<b>Transforma-se em</b>
<b>Estou me sentindo...</b>	<b>Para</b>	<b>Estou me sentindo...</b>
<b>Zangado</b>	<b>Para</b>	<b>Desencantado</b>
<b>Com medo</b>	<b>Para</b>	<b>Inquieto</b>
<b>Ansioso</b>	<b>Para</b>	<b>Expectante</b>
<b>Confuso</b>	<b>Para</b>	<b>Curioso</b>
<b>Deprimido</b>	<b>Para</b>	<b>Calmo antes da ação</b>
<b>Deprimido</b>	<b>Para</b>	<b>Não no topo</b>
<b>Desapontado</b>	<b>Para</b>	<b>Desinteressado</b>
<b>Aborrecido</b>	<b>Para</b>	<b>Surpreso</b>
<b>Exausto</b>	<b>Para</b>	<b>Recarregando a bateria</b>
<b>Fracasso</b>	<b>Para</b>	<b>Aprendendo</b>
<b>Medo</b>	<b>Para</b>	<b>Espanto</b>
<b>Assustado</b>	<b>Para</b>	<b>Curioso</b>
<b>Frustrado</b>	<b>Para</b>	<b>Fascinado</b>
<b>Irritado</b>	<b>Para</b>	<b>Estimulado</b>
<b>Sufocado</b>	<b>Para</b>	<b>Elevado</b>

Agora, um exercício para você...Determine três palavras que usa habitualmente e que criam sentimentos negativos em sua vida, e depois



escreva uma lista de alternativas, para romper seu padrão, fazendo-o (a) rir por serem ridículas, ou pelo menos reduzindo a intensidade:

<b>Palavra antiga, enfraquecedora</b>	<b>Palavra nova, fortalecedora</b>
1.	1.
2.	2.
3.	3.

Transformar seu vocabulário não se limita à redução da intensidade negativa; também oferece uma oportunidade de intensificar com extremo vigor a intensidade de emoções positivas. Um exemplo claro que retrata muito bem isso é quando uma pessoa te pergunta como você está, em vez de responder “Estou bem” ou “Mais ou menos”, surpreenda a pessoa ao exclamar “Eu me sinto espetacular!” Parece simples isso, mas essa quebra cria um padrão em sua neurologia -um novo caminho neural para o prazer.

Examine a lista seguinte, retirada do livro “Desperte o Gigante Interior” do Tony Robbins, e circule as palavras que você acredite que seriam ser divertidas para serem adicionadas ao seu vocabulário, a fim de enriquecer sua atual experiência de vida:

<b>Boa palavra</b>		<b>Grande palavra</b>
<b>Estou me sentindo...</b>	<b>Para</b>	<b>Estou me sentindo...</b>
<b>Muito bem</b>	<b>Para</b>	<b>Magnífico</b>
<b>Atraente</b>	<b>Para</b>	<b>Deslumbrante</b>
<b>Satisfeito</b>	<b>Para</b>	<b>Espetacular</b>
<b>Contente</b>	<b>Para</b>	<b>Sereno</b>
<b>Curioso</b>	<b>Para</b>	<b>Determinado</b>

<b>Determinado</b>	<b>Para</b>	<b>Absolutamente seguro</b>
<b>Animado</b>	<b>Para</b>	<b>Extasiado</b>
<b>Excitado</b>	<b>Para</b>	<b>Apaixonado</b>
<b>Sentindo bem</b>	<b>Para</b>	<b>Com uma energia cósmica</b>
<b>Divertido</b>	<b>Para</b>	<b>Na maior animação</b>
<b>Feliz</b>	<b>Para</b>	<b>Explodindo de felicidade</b>
<b>Interessado</b>	<b>Para</b>	<b>Fascinado</b>
<b>Amando</b>	<b>Para</b>	<b>Irradiando amor</b>
<b>Motivado</b>	<b>Para</b>	<b>Compelido</b>
<b>Nada mal</b>	<b>Para</b>	<b>Não podia ser melhor</b>

Agora um outro exercício, escolha uma palavra boa que utiliza todos os dias e substitua por palavras novas que serão intensificadas na hora que você for falar, escrever, se expressar...

<b>Palavra antiga, medíocre</b>	<b>Palavra nova, intensificada</b>
1.	1.
2.	2.
3.	3.

Entender a maneira que você usa o seu vocabulário é fundamental para seu próprio crescimento pessoal e profissional e, aumentar a qualidade da sua comunicação para compreender melhor e ser compreendido com mais eficiência, agregando mais valor a vida das pessoas, ajudando cada vez mais através das suas habilidades únicas que você possui.

## **CAPÍTULO 7**

### **APRESENTAÇÃO EM PÚBLICO**

---

Temos o destino que merecemos. O nosso destino está de acordo com os nossos méritos.

ALBERT EINSTEIN

Falar em público é tabu pra muita gente e a timidez pode ser um desafio na maioria das vezes. Organizar as ideias, preparar o material que vai ser apresentado, ver que roupa usar...Muitos detalhes e eles fazem toda a diferença na hora que você estiver explicando ou comentando sobre determinado assunto para o seu público.

Segundo Roberto Shinyashiki em seu livro “Os Segredos das Apresentações Poderosas”, existem cinco passos para fazer apresentações poderosas: planeje a sua apresentação com antecedência priorizando todos os detalhes pertinentes; prepare sua apresentação e monte a estrutura que vai solucionar o problema dos seus ouvintes; treine sozinho e faça uma comunicação afetiva; execute a apresentação com profissionalismo e; aprimore seus resultados através dos vídeos gravados da sua palestra ou de informações de feedbacks recebidas.

Um ponto importante que, não vi ainda ser abordado nos livros de comunicação é relacionado às apresentações Online, afinal na maioria dos estudos, o foco é o Offline, ou seja, apresentação para grandes públicos num local físico usando recursos físicos. Hoje com o crescimento do Marketing Digital, percebe-se o uso cada vez mais significativo do Brasil de ferramentas online de conferência como o [Google Hangouts](#), [Skype](#), [Zoom](#), [WebinarJam](#) e [GoToMeeting](#).

A diferença principal é dos recursos visuais que estão sendo utilizados. A preocupação com a comunicação verbal, os detalhes do que você vai apresentar e a maneira que você vai interagir vão ser os mesmos pontos se você estivesse em uma sala física com seu público-alvo, portanto atenção! Se seu produto ou serviço virtual demandar mais formalidade, cuide de seu

visual na webcam usando roupas adequadas, com uma luz que foque no seu rosto além de ter um fundo atrás de você neutro, de preferência.

Se seu público demandar um tom mais informal, pense em como se comunicar, verbalmente e não-verbalmente com eles, sendo bastante pessoal e usando o humor ao seu favor.

Estruture as ideias primeiro, a fim de ter um crescente na apresentação/explanação/exposição destas, para ter objetividade e clareza para si próprio e para o receptor.

## **10 Dicas para Falar em Público**

### **1) Esteja Bem Preparado**

Ter o discurso bem organizado e saber a ordem do que pretende falar ajuda a manter a calma durante a apresentação. Além disso, um discurso coeso, com começo, meio e fim, consegue manter a atenção do público mais facilmente. Se você se perde, o público também se perde e talvez não consiga mais prestar atenção.

### **2) Conheça muito bem o assunto**

Para dar qualquer palestra ou falar algo diante de um público, o principal é conhecer muito bem o assunto que será abordado. Caso contrário, é melhor não falar nada.

### **3) Treine com amigos**

Uma boa técnica para se sentir mais confortável na hora da apresentação, é treinar bastante antes. Apresente o discurso para seus amigos, peça para eles fazerem perguntas relativas ao que foi exposto e peça um feedback da apresentação, se está monótona, cansativa, assim você pode ir adaptando sua apresentação até achar que está boa.

### **4) Deixe fluir**

Com uma boa preparação do discurso, tenho em mente tudo o que se quer falar, não é necessário decorar cada palavra do discurso, além de te deixar mais nervoso caso se esqueça de alguma palavra, a fala fica engessada. Deixe o discurso fluir naturalmente, baseado naquilo que foi preparado previamente. Leve cartões guia, com tópicos de cada trecho, para te situar da sequência da palestra.

### **5) Seja autêntico**

É natural se inspirar em discursos de bons oradores, mas você deve construir suas próprias características a partir de seus estudos. Copiar um

modelo de orador te deixará mais engessado. Você precisa se colocar, ser natural.

#### **6) Fale sempre que tiver oportunidade**

Pode ser nas oportunidades mais simples como responder ou fazer perguntas em sala de aula, se oferecer para ler passagens bíblicas, na missa ou no culto religioso que você participa, etc... Assim você vai se acostumando a se expor, ao olhar das pessoas quando você fala.

#### **7) Adapte a linguagem ao público**

Simplicidade é a palavra-chave nos dias de hoje. Muitos confundem informalidade e simplicidade com falta de seriedade, algo que não tem nada a ver. Podemos falar de assuntos sérios com informalidade e simplicidade e sermos assertivos na comunicação que desejamos.

#### **8) Visite o local antes da apresentação**

Visitar o local da apresentação alguns dias antes e subir ao palco para se acostumar ao cenário também é uma opção para se preparar. Caso não seja possível ir com tanta antecedência, pelo menos chegar bem cedo, preparar tudo e sentir o clima do local. Isso ajuda muito a diminuir o impacto, caso o local seja grande e você não esteja acostumado a falar para grandes públicos.

#### **9) Grave seu treino**

No passado o espelho era um ótimo lugar. Hoje com os smartphones e todos os recursos de áudio e vídeo fica muito fácil gravar e rever sua apresentação. Um bom exercício é gravar por 3 a 5 minutos um tema que você tenha familiaridade, depois rever todos os aspectos que podem ser melhorados. Em seguida, tentar ajustá-los e gravar novamente. Naturalmente será percebida uma evolução. Em seguida, treine com a plateia.

#### **10) Esteja aberto a críticas**

Elas são fundamentais para você continuar evoluindo sempre. Quando treinar com amigos peça para eles ajudarem mostrando o que pode ser melhorado. Quando receber uma crítica em uma apresentação na empresa, por exemplo, anote para não se esquecer de melhorar aquele ponto na próxima apresentação.

Fonte: adaptado da Revista Oratória, Falando em Público! Edição 01

## **9 Dicas Especiais para Cativar a sua Platéia\***

### **1) Foque na presença**

Diante da plateia, é preciso estar totalmente presente, focado no momento, nas pessoas que estão à frente, nas informações que serão transmitidas. O palestrante precisa ouvir a própria voz, controlar a respiração e sentir os seus pés no chão. Assim, evita-se a ansiedade de pensar em algo que pode dar errado ou sobre o que vão pensar em relação a ele depois. É necessário expandir a consciência para os quatro cantos do local, e olhar nos olhos dos ouvintes nos diferentes pontos da sala. A dica é falar com a plateia, e não para ela. E é importante que tudo seja feito de forma intencional, o que proporcionará melhor impacto no público.

### **2) Ganhe segurança**

Para ficar mais seguro, o comunicador pode usar um recurso da PNL (Programação Neurolinguística) chamado de “âncora de estado de excelência”. Resumidamente, em um exemplo prático, um especialista pede ao palestrante que ele se lembre de um momento em que estava muito bem. Ele então se recorda e revive aquilo que via, ouvia, e sentia naquela hora e faz um gesto (pode ser um estalar de dedos, ou apertar com firmeza uma das mãos, por exemplo) que será uma espécie de interruptor: pensa e revive o momento de excelência e faz o gesto. Depois de repetir esse procedimento algumas vezes, a pessoa ficará condicionada. Assim, sempre que fizer aquele movimento de mãos, ela se lembrará de como se sentia bem, o que dará mais confiança e segurança na hora de falar com o público.

### **3) Comunique com energia**

Um bom palestrante precisa de energia, percebida pela vitalidade e entusiasmo. O tom de voz, os gestos, o olhar, os movimentos e a presença transmitem esse ânimo ao público. O comunicador contamina a plateia com seu estado, seja de paz, de agitação ou de euforia, por exemplo. O seu estado determina o seu sucesso.

### **4) Conecte-se com a audiência**

Empatia: essa é a chave para deixar o público mais receptivo e menos crítico ao que é dito. Um dos métodos é sorrir. O público tende a retribuir o gesto e, assim, forma-se uma conexão. É importante que essa ligação se dê logo no início da apresentação. Ser simpático é já começar com o pé direito. Depois disso, tudo flui. Mas não basta um sorriso. O comunicador tem que aprender a ser ele mesmo, e transmitir essa sinceridade para o público.

Assim, naturalmente, o grupo irá se importar com o que é ouvido e lhe retribuir com a atenção. Parecer confortável ao falar também ajuda a criar empatia.

### **5) Transmita convicção**

O comunicador tem que amar o assunto que vai apresentar e transmitir confiança de que sabe o que está falando. Ao agir com entusiasmo, a plateia será contagiada. Ele não precisa ser a maior autoridade no assunto. Porém, os ouvintes têm que sentir que quem fala sabe mais do que eles e acredita naquilo que está dizendo. É importante que a audiência tenha a impressão de que aquela palestra mostra algo diferente do que eles já ouviram antes. E há mais chances de ser visto como um bom orador quando as pessoas sentem que ele investiu tempo preparando o discurso.

### **6) Contador de histórias**

Com o uso da imaginação e uma boa dose de empenho, é possível dar mais cor à apresentação. Para isso, é preciso que o palestrante ultrapasse os parâmetros do seu assunto: relacionando o tema com outras áreas de conhecimento, buscando encaixar o tópico em uma perspectiva histórica ou com a comparação com algo que seja familiar aos ouvintes. Uma dica valiosa é que o orador faça pelo menos 30% de suas leituras em campos fora daquele em que atua. Desta maneira, ele irá se tornar mais interessante. É bom tomar nota de histórias que possam ser usados nos discursos e ter sempre em mente a máxima: “Se você não tem nada a dizer, fique quieto. Se tem, fale bem”.

### **7) Corpo e voz são instrumentos**

É vital saber quais mensagens são passadas não verbalmente durante a palestra. Um estudo feito na Universidade da Califórnia apontou que 93% do impacto da comunicação vem do tom de voz e da linguagem corporal: gestual, olhar, expressão facial etc. E mais: é essencial aprender a manejar a energia da fala junto à plateia: toda a gesticulação deve ser feita na área entre os ombros - que é área do poder -- sempre com as mãos abertas e para frente de forma controlada. Gesticulando para baixo, enfatiza-se aquele trecho. Já os movimentos bruscos podem passar a ideia de desconforto, reforçada quando o orador cede à pressão do tempo. O melhor é manter o próprio ritmo, de forma autêntica. Na hora de falar, a pessoa tem que abrir a boca e projetar a voz, pronunciar bem cada sílaba - principalmente as últimas - de cada palavra.



E o tom usado tem que transmitir o sentimento do que é falado.

### **8) Pinte imagens na mente do público**

Outra dica valiosa é o uso de figuras de linguagem, metáforas e analogias que tornem possível que, mesmo sem o uso de um projetor, possam ser formadas imagens na mente de quem ouve. Por exemplo, ao falar que mais de 70 mil pessoas perderam suas casas após uma tormenta, pode-se dizer que os desabrigados encheriam o Maracanã. A partir do que foi dito, a plateia pode visualizar melhor o número de vítimas. Facilitando a compreensão e a retenção dos dados.

### **9) Apresentação e aparência**

Antes de qualquer palestra é preciso pensar no que vestir. Para decidir, é imprescindível conhecer o público e adequar o vestuário a ele. O mesmo terno que é indicado para falar a executivos pode atrapalhar na sintonia com uma audiência formada por jovens. Outro fator importante é determinar qual mensagem se quer transmitir com aquela roupa, como: confiança, descontração, formalidade, qualidade, entre outras possibilidades. Os cabelos e a pele merecem atenção especial. Dessa maneira, ele vai passar uma aparência profissional bem cuidada e adequada, fato que dá crédito a quem fala.

Fonte: adaptado da Revista Oratória, Falando em Público! Edição 01

## **CAPÍTULO 8**

### **NEGOCIAÇÃO**

---

Os homens dizem que a vida é curta, e eu vejo que eles se esforçam para a tornar assim.

JEAN-JACQUES ROUSSEAU

### **20 DICAS PARA FAZER UMA GRANDE NEGOCIAÇÃO**

Resolvi consolidar dicas de negociação de vários livros, autores e sites recomendados da área de comunicação para ajudar você nos momentos que estiver em reuniões ou conversas que vão necessitar de algumas habilidades fundamentais para que seu ponto de vista seja abordado de maneira eficiente e, para conseguir sucesso em sua estratégia...Vamos lá!

#### **1) Questione-se**

Qual é a razão que leva você a negociar determinada situação? Por que você quer algo? Por que isso é importante para você? Alguns negociadores dizem que para chegar à raiz do problema, você deve se perguntar cinco diferentes "porquês". Você não precisa saber sobre tudo, mas deve entender o que todo mundo quer e por quê.

#### **2) Seja confiante, cortês, calmo e curioso**

Negociar pode alterar as suas emoções e qualquer alteração nesse sentido pode levá-lo a ser subjetivo e prejudicar o julgamento sobre uma pessoa ou situação. Procure manter a calma em todos os momentos e não se esqueça de usar um tom positivo. Cultivar a curiosidade permite que você relaxe a situação, mantenha o foco sobre as questões importantes e deixe suas emoções estáveis.

#### **3) Incentive o outro a falar**

Como? Com perguntas que não sejam do tipo “por quê”. Usar questões desse tipo confere à negociação um ar de interrogatório. (Utilize-as apenas para se preparar e não durante o ato de negociar). Se você falar mais que o outro, diminui a oportunidade de conhecer seu oponente. Use recursos como “fale-me mais sobre isso” ou “não compreendo, você poderia ser

mais específico?” e “Pode me contar mais sobre o que aconteceu com você hoje?”

#### **4) Proponha soluções ganha-ganha**

Em algumas negociações, o ganho de uma parte significa uma perda igual para a outra. Por exemplo, quando você vai comprar um carro, você quer o preço mais baixo e o vendedor quer o mais alto. Outro exemplo é a negociação sobre salário, o empregador quer pagar o mínimo possível e o empregado quer o oposto. No entanto, existem alguns benefícios para equilibrar a situação: adicionar horário flexível, teletrabalho, férias, etc. Estes benefícios são ótimos instrumentos para uma negociação ganha-ganha em que ambas as partes podem chegar a um acordo.

#### **5) Sonhe com o sucesso**

Defina o sucesso antes de ir para a mesa de negociação. O que você realmente quer? A falta de confiança no momento da negociação vem de uma aspiração muito aquém do que realmente seria possível conquistar. Pense no que você quer alcançar antes de entrar em qualquer negociação.

#### **6) Pense sobre suas alternativas**

Determine a sua aspiração e trabalhe para criar a melhor alternativa. É importante entender quais são as várias alternativas possíveis, pois a negociação nem sempre vai tão bem como você espera. Quer um exemplo? Você decidiu que precisa de um carro para realizar as entregas da sua floricultura. Quando chega à concessionária, você considera dois carros, um muito melhor do que o outro. O carro mais bonito custa muito mais e você só pode pagar se negociar um bom preço. Caso contrário, você compra o carro mais barato. O carro caro é sua aspiração, o mais barato é a sua alternativa.

#### **7) Defina limites**

Mapeie o alcance de suas alternativas. Não ter clareza sobre a faixa de acordos possíveis pode colocá-lo em ciladas. Se a outra pessoa oferecer algo abaixo de sua melhor alternativa, você precisa estar seguro para simplesmente dizer “não”.

#### **8) Demonstre interesse pelo outro**

O que é que a outra pessoa quer? Qual é a sua melhor alternativa? Deixe as pessoas saberem que você se interessa pelo seu desejo e que considera legítimos seus anseios. Um método muito utilizado para demonstrar

interesse é repetir as últimas palavras do diálogo. Por exemplo, se o seu interlocutor disser “estou cansado de ser pressionado o tempo todo”, você responde: “a pressão está grande, é? Entendo.” Essa resposta é especialmente eficaz para demonstrar empatia no início da conversa.

### **9) Não tenha medo do silêncio**

Qualquer bom entrevistador sabe do poder que uma boa e duradoura pausa tem em uma situação de negociação. Fique atento a isso e crie situações propositalmente, em que o outro é tentado a falar e acaba por fornecer informações valiosas.

### **10) Proponha acordos**

Lembre-se do seu objetivo ao iniciar a negociação e compare os argumentos e alternativas apresentados por você e seu oponente. Onde é que os dois se sobrepõem e encontram convergências? É aí que você vai encontrar argumentos para propor um acordo em que haja vantagem para as duas partes.

### **11) Tente negociar tudo**

Negociadores de sucesso conhecem bem uma coisa - tudo pode ser negociado! Isto quer dizer que você não deve aceitar nada que seja imposto, deve questionar. A um nível prático, isto significa tentar negociar o valor de uma multa, a diária de um hotel, o preço de uma passagem aérea. Você não pode negociar se não estiver disposto a questionar a veracidade e a firmeza dos pontos de vista de seus oponentes.

Ser assertivo significa pedir o que você deseja e não aceitar o "não" como uma primeira resposta. Comece a praticar uma postura, onde você vai expressar seus sentimentos sem ansiedade ou raiva. Mostre para as pessoas o que você deseja duma maneira amigável, sem ameaças. Veja que existe uma grande diferença entre ser assertivo e agressivo. Você é assertivo quando cuida de seus próprios interesses e diz o que pensa, com educação.

### **12) Torne-se um bom ouvinte**

Negociadores são como detetives. Eles fazem perguntas e depois calam a boca. Na maioria das vezes seu oponente vai lhe falar tudo o que você precisa saber - contanto que você fique calado. Aliás, muitos conflitos poderiam ser resolvidos se os negociadores ouvissem melhor. O grande problema é que nunca fomos treinados a ouvir, e sim a falar.

Temos uma grande ansiedade em expor nossos pontos de vista, e não conseguimos nos concentrar no que nosso oponente está falando. Duvida? Faça você mesmo um teste. Em sua próxima negociação, veja quanto tempo consegue ficar calado, sem pensar em suas respostas e sem interromper o outro lado ... Você ficará surpreso! Quem fala mais dá mais informação. Como uma regra básica, lembre-se da célebre teoria de Pareto. Fale 20% do tempo e ouça os outros 80%. Faça bastante perguntas abertas, aquelas que não podem ser respondidas com um simples "sim" ou "não".

### **13) Planeje**

Nunca vá para uma negociação sem fazer sua lição de casa. Existem várias informações que você precisa descobrir antes do início da negociação. Por exemplo: Quais as opções que ele tem? Quais as pressões que está sofrendo? Ele tem uma data limite para resolver o problema? Qual o seu orçamento? Quando você planeja, a tensão e o stress diminuem. O cenário se torna mais familiar, e várias novas opções vão surgindo a sua frente. Você fica mais tranquilo e confiante para qualquer negociação.

### **14) Peça alto ou ofereça baixo**

Aristóteles Onassis já dizia: Quem pede mais, leva mais. Lembre-se que o encarregado de defender os seus interesses é você. Ou seja, se você não pedir alto, o outro lado não vai ficar com dó e aumentar a oferta. Na prática, o resultado vai ser deste valor pedido ... para baixo. O mesmo raciocínio se aplica se você estiver comprando.

Em todas as negociações existe uma gordura de pelo menos 10%. Ela vai ficar com quem for mais ousado e pedir alto ou oferecer baixo. Um lembrete - use esta técnica com cautela se o seu relacionamento com o outro lado for importante e de longo prazo.

### **15) Justifique sua oferta**

Oferecer baixo ou pedir alto não funciona se você não souber como justificar sua posição. Descubra maneiras de mostrar o valor da solução que você está propondo, diferencie sua solução. Saber diferenciar significa conseguir valores mais altos. Veja o exemplo da água mineral francesa Perrier. Ao criar uma grife, a Perrier consegue ser a água mais vendida no mundo inteiro e uma das que consegue o maior preço. Se alguém consegue diferenciar água mineral, certamente você tem elementos para conseguir diferenciar sua posição, não é mesmo?

### **16) Seja paciente**

Os brasileiros gostam de resolver tudo muito rapidamente. Com a tensão do dia-a-dia, nossa paciência anda muito curta. Computadores parecem lerdos, um comercial na TV é interminável, um semáforo fica fechado para sempre - tudo demora muito. No processo de negociação porém, quem consegue esperar normalmente consegue melhores resultados. Se o outro lado tem pressa e você pode gastar o tempo que for necessário, sua vantagem é bastante grande. Com um bom planejamento, você não vai ter que lutar contra o relógio em sua próxima negociação. Você precisa de paciência e tempo para negociar bem.

### **17) Não aceite a primeira oferta**

Se você aceitar uma primeira oferta de seu oponente, ele sempre vai ficar com a sensação que fez um mau negócio, que poderia ter conseguido algo melhor. Imagine este cena: você vai comprar um carro usado. Depois de examiná-lo cuidadosamente, resolve fazer uma proposta indecorosa, 30% abaixo do valor real do mercado - só para começar a negociar. Neste momento o dono do carro lhe estende a mão e diz sorridente - aceito! Negócio fechado! Qual será a sua reação? Será que realmente fiz um bom negócio? Este carro deve ter problemas...

### **18) Nunca dê nada de graça**

Tudo que é dado de graça não tem valor. Faça o outro lado valorizar cada concessão sua. Não dê nada, troque tudo. Por exemplo, se ele pedir um desconto adicional no preço, solicite uma condição de pagamento mais favorável. Se ele pedir mais prazo, peça algo em troca. A palavra mais importante no vocabulário do negociador é a palavra "se". Tudo o que começa com "se" está no condicional e implica numa troca - Se você fizer isso, eu posso fazer aquilo...

### **19) Guarde uma concessão para o final**

É importante que o outro lado saia com a sensação de vitória, de ter feito um ótimo negócio. Para que isso aconteça é preciso guardar algumas pequenas concessões para o final da negociação. Ele sai com o ego satisfeito e você sai com o bolso satisfeito. Falando em ego, é sempre bom lembrar que o ego é um dos fatores que mais atrapalha as negociações. Deixe sempre uma saída honrosa para que seu oponente possa mudar de ideia sem ter que se humilhar.

### **20) Tenha sempre uma alternativa**

Nunca negocie sem ter outras alternativas. Quando não temos opção, ficamos inteiramente nas mãos do oponente. Se ele conseguir descobrir isto, certamente vai conseguir desequilibrar a negociação. Veja o exemplo: numa cidade pequena, existe um comerciante que compra e vende móveis usados. Uma pessoa vai até a loja e tenta vender um fogão ao proprietário. Examine o balanço de poder desta situação. Se o comerciante não comprar, certamente não vai fechar as portas por isto, já que ele tem várias opções de venda - outros móveis no estoque. Já a pessoa que tenta desesperadamente vender o fogão, se não concretizar a transação talvez não consiga comprar um remédio, ou se alimentar, ou...

Fontes: [EXAME](#), [MyJobSpace](#), [Lounge Empreendedor](#), [Workshop TreinamentosPráticos](#)

## **CAPÍTULO 9**

### **DICAS PODEROSAS DE COMUNICAÇÃO EFICIENTE**

---

As pessoas comuns pensam apenas como passar o tempo. Uma pessoa inteligente tenta usar o tempo.

ARTHUR SCHOPENHAUER

Quanto mais você se dedicar ao seu aumento de conhecimento, melhor preparado (a) estará para agir sobre determinada situação, com a comunicação não é diferente. Você deve se dedicar ao hábito contínuo e divertido do aprendizado, lendo livros, estudando conceitos, conhecendo profissionais com autoridade no assunto e acessando sites com ótimo conteúdo.

Resolvi deixar neste capítulo algumas dicas de livros e sites e, indicações de ótimos profissionais da área da comunicação que vão te ajudar bastante no aumento de seu próprio conhecimento.

#### **5 Dicas de Livros Poderosos sobre Comunicação**

- 1) Como Falar Corretamente e Sem Inibições, de Reinaldo Polito
- 2) Os Segredos das Apresentações Poderosas, de Roberto Shinyashiki
- 3) O Corpo Fala - A Linguagem Silenciosa da Comunicação Não-verbal, de Pierre Weil e Roland Tompakow
- 4) Dicas Práticas de Comunicação - Boas Ideias Para Os Relacionamento e Os Negócios, de Marcos Gross
- 5) Como Falar em Público e Influenciar Pessoas no Mundo dos Negócios, de Dale Carnegie

#### **5 Sites que vão fazer a diferença em sua vida**

- 1) Palestrantes Campeões

Link => <http://palestrantescampeoes.com.br/>

- 2) Portal Exame Carreira



Link => <http://exame.abril.com.br/carreira/>

### 3) InfoEscola

Link => <http://www.infoescola.com/comunicacao/>

### 4) Portal Administradores

Link => <http://www.administradores.com.br/artigos/>

### 5) Portal Educação

Link => <https://www.portaleducacao.com.br/gestao-e-lideranca/artigos/#!1>

## **Acompanhe essas fêras**

- Reinaldo Polito, mestre em ciências da comunicação, palestrante e professor de expressão verbal. Escreveu mais de 20 livros que venderam mais de 1 milhão de exemplares
- Roberto Shinyashiki, consultor, palestrante e autor, Roberto Shinyashiki ministrou cursos de especialização nos EUA, na Europa e no Japão. Também participou dos congressos de desenvolvimento e treinamento mais importantes no mundo, palestrando inclusive no Congresso ASTD - American Society for Training & Development, nos EUA.
- Dr. Lair Ribeiro, palestrante internacional e autor, é médico com mestrado em Cardiologia
- Professor Marins, um dos maiores expoentes nas áreas de comunicação no Brasil e no mundo
- Tony Robbins, o mais conhecido palestrante nas áreas de Desenvolvimento Pessoal e Motivação dos Estados Unidos e do mundo, já ajudou mais de 50 milhões de pessoas de mais de 100 países diferentes.

## CAPÍTULO 10

### STORYTELLING

---

Não deixe o barulho da opinião dos outros abafar sua voz interior. E mais importante, tenha a coragem de seguir seu coração e sua intuição. Eles de alguma forma já sabem o que você realmente quer se tornar. Tudo o mais é secundário.

STEVE JOBS

Não poderia deixar de dedicar um capítulo do livro a um conceito dentro da comunicação online e offline que está crescendo cada vez mais no gosto dos brasileiros, devida a influência de conceitos internacionais sobre Psicologia e Marketing. Você pratica o Storytelling diariamente e vai conhecer ainda mais como você usá-lo a seu favor neste capítulo.

#### **O que é Storytelling?**

Começo, meio e fim, com um clímax e personagens marcantes: essa receita é a base para as histórias mais famosas que conhecemos hoje em dia. Storytelling une as palavras inglesas story (história) e telling (contar). É um meio de dialogar com o público usando a história da empresa, do produto, a necessidade e a expectativa do cliente.

O conceito de storytelling passa por algumas fases. Primeiro vem a sabedoria para ouvir e entender o público-alvo. Depois, é preciso aprender mais sobre a empresa em questão e descobrir qual é o seu trajeto pelo mercado, ou seja, sua história (ou histórias). Em seguida, o que resta é explorar essas histórias para criar novos conceitos e campanhas que encantem os clientes e os tornem fiéis à marca.

Mas se engana quem pensa que qualquer conto pode ser considerado um meio de storytelling. Para que a técnica dê certo, a história deve conter elementos que instiguem e emocionem quem está ouvindo. Fazer com que os clientes se identifiquem com o que está sendo contado é essencial para o sucesso da campanha.

Vale a pena conferir a entrevista que a Trespontos fez com Bruno Scartozzoni, professor da ESPM e um dos criadores das startups Zaanga e

Ativa Esporte, eles desmistificaram algumas questões sobre Storytelling, analisando cases recentes e, sobretudo, mostrando como o Storytelling vem sendo utilizado pelas marcas, sobretudo no contexto das Mídias Sociais.

### **História do Storytelling**

Para a consultora Gislayne Matos, o storytelling chegou ao mundo corporativo nos anos 1990 graças aos consultores motivacionais, líderes e gestores. Eles viram aí uma excepcional ferramenta de gestão. Sua eficácia justificava-se pelo fato de que contar uma história ficcional ou narrar um relato de vida tem o poder de mobilizar as emoções. Essas, por sua vez, despertam os sentidos nos colocando inteiros na escuta. As imagens que nos oferecem os relatos são, ao lado das emoções, responsáveis por memorizarmos mais facilmente o que ouvimos.

No início dos anos 2000 o termo parecia estar definitivamente cravado nesse meio. Primeiro nos EUA, em seguida, e aos poucos, também na Europa. Toda essa história começou com o fortalecimento da narrativa, abordagem que teve início nos anos 1970 e espalhou-se por todas as áreas do conhecimento: literatura, linguística, antropologia, educação, psicologia, política, jornalismo, diplomacia, direito, medicina e finalmente, administração...

O storytelling veio, então, nessa onda.

### **Por que praticar o Storytelling?**

Segundo Marco Zanqueta em [seu post](#) no blog do Agendor, pesquisadores da Washington University descobriram que o ouvinte de uma história pode ser tudo, menos passivo.

Monitorando a atividade cerebral de diversas pessoas enquanto elas liam uma história, conseguiram ver que algumas áreas do cérebro eram ativadas em total acordo com o livro que era lido.

As regiões ligadas à função motora eram ativadas toda vez que os personagens praticavam alguma ação, enquanto os neurônios ligados à visão eram ativados a cada troca de cenário.

Para concluir: quando lemos uma história onde alguém levanta uma xícara, por exemplo, nosso cérebro imita o movimento ao ativar as áreas responsáveis por tal, trazendo a sensação de que nós estamos praticando a mesma ação.

Isso também ocorre na relação das pessoas com as empresas: a divulgação através de histórias cria uma relação emocional muito mais forte com os clientes, além de otimizar o potencial de lembrança dos mesmos.

Além disso, o storytelling torna tudo muito mais interessante do que o uso de dados estatísticos!

### **Estrutura de um Storytelling de Sucesso**

Contar uma história é encadear eventos de maneira lógica, dentro de uma estrutura com certos padrões que, de forma muito resumida segundo o Papo Criativo:

- Uma quebra de rotina. Histórias são sempre sobre eventos extraordinários. A não ser em “filmes de arte”, não há motivo para contar uma história sobre o cotidiano
- Pelo menos um protagonista, que é o personagem com o qual as pessoas devem se identificar. Ele sempre deve estar buscando algo
- Pelo menos um antagonista, que pode ser desde um super-vilão estereotipado até uma sociedade inteira, uma doença, o tempo etc. O importante é criar obstáculos para o protagonista
- Conflito, ou seja, a tensão desse embate entre os elementos opostos. É isso que segura a atenção do público
- Uma sequência de eventos com começo, meio e fim, passando por pelo menos um clímax. O famoso “plot“, essencial para que a história faça sentido para as pessoas

### **Storytelling no marketing e publicidade**

Vivemos em uma era de excesso de informação e as pessoas são constantemente bombardeadas por propagandas e muitas empresas lutam pela atenção de um potencial consumidor/cliente. As pessoas criaram uma defesa, uma imunidade a muitas abordagens tradicionais. É neste contexto que o storytelling ganha uma importância vital.

Isto porque contar uma história interessante é uma das maneiras mais eficazes de obter a atenção de alguém.

O storytelling consiste na partilha de uma história única e real de uma empresa ou de um produto, criando uma relação de proximidade entre a empresa e o cliente. Uma boa história revela a grande vantagem que a empresa em questão trouxe para a vida do consumidor.

A Johnnie Walker, marca de whisky escocês, criou um vídeo institucional contando toda a trajetória da marca, como foi criada, os obstáculos que enfrentou e como chegou ao grande reconhecimento do mercado de whisky. É importante destacar a identificação do vídeo com a identidade da marca, como, por exemplo, o personagem narrando a história o tempo todo andando do vídeo ( *keek walking* ) e passando por ícones que simbolizam momentos importantes para a marca. Confira [o vídeo aqui](#).

O transmídia storytelling é um conceito que revela a transmissão de uma história em diferentes tipos de mídias, sabendo que as histórias têm que ser adequadas e contadas de formas diferentes dependendo dos diferentes tipos de mídia em questão.

### **Dicas para aperfeiçoar a técnica**

- Saiba usar o seu bom humor, bem como ritmos diferenciados e poesia. Esses meios são famosos por atingir a emoção do ouvinte
- Conte histórias apropriadas à ocasião e ao público, tendo um cuidado especial com a segmentação (idade do público, interesses, etc.)
- Não leve mais de vinte minutos para contar cada história. Ao se prolongarem demais, elas podem se tornar entediantes e enfadonhas
- Saiba seu objetivo ao selecionar uma história: ela pode influenciar, impressionar, cativar, persuadir, educar, vender ou causar diversas outras impressões e emoções ao público
- Mantenha o contato visual com seus ouvintes
- Varie o tom de voz e as expressões faciais usadas para demonstrar as emoções contidas em cada história
- Como começar: o “era uma vez” é clássico, mas variar é sempre uma atitude sábia a ser tomada

## ÍNDICE REMISSIVO

---

### A

*ações* , 2, 4  
Adam Smith, 10  
administração, 44  
adultos, 22  
agitação, 34  
agricultura, 10  
água, 11  
Alemanha, 11  
Alexandre O Grande, 7  
Alexandria, 8  
América, 10  
América Espanhola, 11  
Andes, 10  
ânimo, 34  
antagonista, 45  
antropologia, 44  
Antropologia, 9  
aparência profissional, 35  
apresentações, 17  
apresentações com slides, 17  
aquecimento global, 11  
Aristóteles, 7  
Aristóteles Onassis, 38  
Arquitetura, 8  
arrependimento, 22  
artes, 17  
Artes, 9  
artes marciais, 9  
árvores, 11  
assinatura, 16

**astecas** , 10

Atenas, 7

## **B**

basquete, 26

Benjamin Franklin, 10

Bíblia, 9

Bloco de Notas, 15

blog, 12

Bolsa de Nova York, 11

Bônus, 5

Botticelli, 9

Brasil, 11

## **C**

cabeça, 22

café, 11, 21

Call Center, 18

capital, 14

capitalistas, 12

capítulos, 15

cartas, 7, 9

cartões, 32

cérebro humano, 12

Chicago, 26

Chicago Bulls, 26

China, 9, 11

Cícero, 9

classe social, 8

Claudio Thebas, 24

Cleópatra, 8

coaching, 9

código Morse, 11

comércio, 9

computador, 12

computadores, 12

comunicação, 8

Comunicação escrita, 9

comunicação não-verbal, 21  
**comunicação verbal** , 19  
confiança, 35  
conjunto de palavras, 27  
consultores motivacionais, 43  
contato visual, 45  
Corrida Armamentista, 11  
crítica, 17

## **D**

Dale Carnegie, 41  
descontração, 35  
desculpar, 22  
Desperte o Gigante Interior, 27  
Deus, 6  
Diderot, 10  
diplomacia, 44  
direito, 44  
disciplina, 9  
dogmas, 9  
Dr. Lair Ribeiro, 42  
duplo sentido, 14

## **E**

Ebook, 5  
Economia, 9  
educação, 44  
eficiência, 30  
Egito, 7, 8  
e-mails, 15  
emissor, 17  
emoções, 45  
empatia, 26  
Era das Trevas, 9  
erros de sintaxe, 14  
erudição, 14  
escrever, 7  
escribas, 8



escrita efetiva, 14  
escritório, 24  
escuta ativa, 25  
Esfinge, 8  
Esparta, 7  
ESPM, 43  
Estados Unidos, 11  
euforia, 34  
Europa, 11  
EXAME, 40  
expressões faciais, 46

## **F**

Facebook, 8  
família, 6  
feedback, 18  
filmes, 11  
Filosofia, 9  
fogos de artifício, 7  
formalidade, 35  
formato, 15  
Fórum Romano, 9  
França, 10  
fraternidade, 10  
Friedrich Engels, 11

## **G**

**ganha-ganha** , 36  
genética, 11  
gerúndio, 19  
**Gerundismo** , 18  
gestores, 43  
Google, 14, 15  
Google Adwords, 15  
Google Hangouts, 31  
Google Tradutor, 14  
GoToMeeting, 31  
Grécia, 7

Greenpeace, 11  
Guerras Napoleônicas, 8

## **H**

habilidades, 30  
Hamurabi, 8  
Help Guide, 22  
hieróglifos, 7  
história, 44  
História, 7  
honra, 9  
Humanidade, 6

## **I**

idade, 45  
igualdade, 10  
**Iluminismo** , 10  
imprensa, 11  
impressões, 45  
**incas** , 10  
InfoEscola, 42  
Internet, 12  
Irã, 7  
Iron Maiden, 8  
Isaac Newton, 10  
Itália, 11

## **J**

James Hunter, 9  
Jesus, 9  
John Locke, 10  
Johnnie Walker, 45  
jornal, 11  
jornalismo, 44  
jovens, 35  
Júlio César, 9

## **K**

Kant, 10

Karl Marx, 11  
Keyword Planner, 15

## **L**

laptop, 24  
Leadlovers, 15  
leitura, 20  
Leonardo da Vinci, 9  
Leônidas, 7  
liberdade, 10  
liderança, 9  
líderes, 43  
língua portuguesa, 13  
Língua Portuguesa, 18  
linguagem corporal, 21  
linguística, 44  
literatura, 44  
Literatura, 9  
livros, 18  
Lounge Empreendedor, 40  
Luís XVI, 10  
Lutero, 9

## **M**

Mac, 15  
**maias** , 10  
Mailchimp, 15  
mandarim, 9  
Mao Tsé-Tung, 11  
Maracanã, 35  
Marcos Gross, 41  
Marketing, 43  
Marketing Digital, 31  
Marquês de Pombal, 10  
medicina, 44  
Medicina, 9  
mensagem, 17  
mentores, 6

Mesopotâmia, 7  
metrô, 21  
Michael Jordan, 26  
Michelangelo, 9  
Moisés, 8  
monumentos históricos, 7  
movimentos, 34  
MyJobSpace, 40

## **N**

não-verbal, 17  
Napoleão Bonaparte, 8  
Natureza, 11  
Nefertiti, 8  
newsletters, 12  
Nilo, 8  
Nova York, 11

## **O**

O Monge e o Executivo, 9  
Ocidente, 9  
Office, 15  
offline, 31  
ônibus, 21  
online, 12, 31  
Oratória, 9  
Oriente Médio, 7  
ortografia, 14  
**ouvinte** , 38  
ouvintes, 45

## **P**

Pages, 15  
palavras-chave, 15  
Palestrantes Campeões, 41  
panfletos, 10  
parágrafos, 15  
Perrier, 39

Pérsia, 7  
personagem, 44  
Pierre Weil, 41  
pinturas, 8  
pipas, 9  
pirâmides, 8  
Pirâmides, 8  
planeta Terra, 11  
plataformas, 16  
Platão, 7  
PNL, 33  
política, 44  
Política, 9  
pólvora, 9  
pombo-correio, 7  
pontuação, 14  
Portal Administradores, 42  
Portal Educação, 42  
Portal Exame Carreira, 41  
povos bárbaros, 9  
povos nativos, 10  
produtividade, 11  
Professor Marins, 42  
Programação Neurolinguística, 33  
Project Management Institute (PMI), 14  
propaganda, 11  
prosperidade, 5  
protagonista, 44  
psicologia, 44  
Psicologia, 43  
Psychology.about.com, 22  
público, 32

## **Q**

quadros, 10  
qualidade, 35

## **R**

Rá, 8  
rádio, 11  
Ramsés, 8  
receptor, 17  
reciclagem, 11  
Redes Sociais, 8  
regras gramaticais, 14  
Reinaldo Passadori, 19  
Reinaldo Polito, 41  
Religião, 9  
República Socialista da China, 11  
resposta, 17  
restaurantes, 21  
Revista Oratória, 33  
revolução, 10  
**Revolução Francesa** , 10  
**Revolução Industrial** , 10  
Revolução Verde, 11  
Roberto Shinyashiki, 31  
Roland Tompakow, 41  
Roma, 8  
romanos, 8  
Rousseau, 10  
Rússia, 11

## **S**

Scottie Pippen, 26  
Senado, 8  
Shakespeare, 9  
shopping, 21  
símbolos, 17  
sinais de fumaça, 7  
sistema telegráfico, 11  
Skype, 31  
smartphones, 12  
socialistas, 12  
SOS Mata Atlântica, 11

spam, 16  
stand up, 21  
storytelling, 43  
sucesso, 5, 34  
super-vilão, 45

## **T**

tablets, 12  
telefone, 11  
televisão, 11  
templos, 9  
texto, 15  
Thomas Jefferson, 10  
tom de voz, 46  
Tony Robbins, 27  
Torá, 9  
transmídia, 45  
Tutancâmon, 8  
TV, 39  
Twitter, 12

## **U**

União Soviética, 11  
Universidade da Califórnia, 34  
UOL, 19  
URSS, 11

## **V**

verbal, 17  
vocabulário, 27  
Voltaire, 10

## **W**

webcam, 31  
WebinarJam, 31  
whisky, 45  
Word, 15  
Workshop TreinamentosPráticos, 40  
WWF, 11

## **Y**

YouTube, 12

## **Z**

Zoom, 31



# Table of Contents

[BÔNUS ESPECIAL: MEU CURSO PARA VOCÊ](#)  
[DEDICATÓRIA](#)

[CAPÍTULO 1 - ORIGEM DA COMUNICAÇÃO](#)

[CAPÍTULO 2 - COMUNICAÇÃO ESCRITA](#)

[CAPÍTULO 3 - COMUNICAÇÃO VERBAL](#)

[CAPÍTULO 4 - COMUNICAÇÃO NÃO-VERBAL](#)

[CAPÍTULO 5 - ESCUTA ATIVA](#)

[CAPÍTULO 6 - VOCABULÁRIO DA MUDANÇA](#)

[CAPÍTULO 7 - APRESENTAÇÃO EM PÚBLICO](#)

[CAPÍTULO 8 - NEGOCIAÇÃO](#)

[CAPÍTULO 9 - DICAS PODEROSAS DE COMUNICAÇÃO EFICIENTE](#)

[CAPÍTULO 10 - STORYTELLING](#)

[ÍNDICE REMISSIVO](#)