



## Tons de Voz : Edição Essencial

[ GUIA DE SOBREVIVÊNCIA ]



# O LABORATÓRIO FEIO E SEUS MONSTROS INCRÍVEIS

Somos uma anomalia, uma falha na matrix, a união de mentes desajustadas ou apenas um laboratório de inovação e aprendizagem criado para olhar o mundo, os negócios e as pessoas com uma tensão diferente.

Estamos muito felizes em poder contar com você em nossa jornada! Esperamos te ajudar cada vez mais com novas ideias, ferramentas e provocações.

O mundo precisa de agentes do amanhã como você para destravar problemas complexos e revolucionar a forma de construir e gerir marcas.

Obrigado por fazer parte do The Ugly Lab!



STAY AWAY FROM BULLSHIT.



V2.2k21 : Registro de Direito Autoral by Câmara Brasileira do Livro

Lei nº 9.610/1998 dos Direitos Autorais do Brasil.

Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução ou transmissão de partes deste material, através de quaisquer meios, sem prévia autorização por escrito.

TUL  
ツール  
M



ECCO®

ISBN 978-65-00-23829-7  
PORTABLE DOCUMENT FORMAT

Dafne Saqueti Alves & Daniel Padilha : Autores  
André Luis Consoli de Paula : Ilustrações  
Elaine Cristina da Silva Piropo : Revisão

THE  
UGLY  
LAB

© The Ugly Lab



## TODA ESCRITA É TAMBÉM UMA TRADUÇÃO

A LÍNGUA É COMO UM RIO QUE SE  
RENOVA, ENQUANTO A GRAMÁTICA  
NORMATIVA É COMO A ÁGUA DO  
IGAPÓ, QUE ENVELHECE, NÃO GERA  
VIDA NOVA A NÃO SER QUE VENHAM  
AS INUNDAÇÕES. - MARCOS BAGNO

A ideia está criada! Após todo o processo de construção, agora você tem clareza acerca do que deseja comunicar. Tudo é muito óbvio dentro da sua cabeça e parece que o maior desafio já foi superado, mas então você se depara com um grande dilema: como posso fazer com que as outras pessoas entendam o que passa aqui dentro?

Quando afirmamos que toda escrita é também uma tradução não estamos nos referindo à mudança de um idioma para o outro - como normalmente se costuma imaginar em um primeiro momento -, mas um processo um pouco mais tangível: como fazer com que as ideias tomem forma de maneira material, para que possam ser disseminadas? Fazer com que essas virem palavras, frases, textos e ganhem, assim, o espaço que merecem é exercitar a sua habilidade de construir.

O discurso é resultado do objeto a ser comunicado, das ferramentas discursivas, das habilidades de quem cria o discurso e da aceitação do público. Quanto mais insumos houver para sedimentar esse processo, mais simples se torna o criar.

A Ecco - Tons de Voz Edição Essencial entra como um mapa nesse processo, uma ferramenta que possibilita um olhar

mais amplo acerca das possibilidades, assim como as diretrizes que são mais cabíveis para aquele resultado desejado. É importante lembrar que, quando falamos de discurso, não estamos nos referindo diretamente ao objeto ou ideia que será comunicado, mas como essa estrutura poderá ser construída. Temas sérios podem ser abordados de maneira leve, assim como falas triviais podem assumir uma postura dura perante o interlocutor. Descobrir como essa junção deve ser feita para que se encontre o equilíbrio é o resultado dos processos e construções indicadas ao se formular uma comunicação assertiva.

### QUAL O SEU TOM?

Quando nos referimos à comunicação falada, esse conceito parece se apresentar de maneira mais clara. Ao falar com diferentes pessoas, automaticamente, você escolhe as melhores palavras, o volume da sua fala e até sabe um ou outro meandro para que se possa conseguir aquilo o que deseja de determinado interlocutor. E com a comunicação escrita não é diferente.

Em diversos momentos da vida, você já se deparou com textos que eram lidos de maneira fluida e você se sentia conduzido pelo autor, perdendo até mesmo a noção do tempo, e, em outros, entretanto, o texto parecia duro, inacessível e o seu sentimento parecia beirar o “Nunca vou entender isso aqui”, nesse momento você descobriu quais são as leituras que se aproximam mais do seu tom pessoal, do seu vocabulário e qual conseguia se relacionar, de maneira mais simples, a sua bagagem pessoal.

Ao construir a sua comunicação, é importante considerar que quem está do outro lado também passa pelo mesmo processo, e é preciso que esse se sinta cativado para que o estímulo a continuar a leitura seja algo orgânico e desejado. A próxima frase precisa ser aguardada na mesma medida que simplesmente acontece, porque a pessoa não desistiu no meio.

Mas esse processo demanda um esforço de empatia, quando deseja que sua ideia passe a ressoar entre outras pessoas não é mais possível que você esteja centrado no que é mais fácil para você, mas há aqui a necessidade de pensar em como o interlocutor desejado gostaria de receber tal informação, em que momento ele irá consumir as suas ideias e quais são os pontos mais importantes para ele.

#### O QUE SE ESCRIVE REFLETE O QUE SE FALA

Comunicar é criar relações e, assim como em todas as outras frentes de relacionamento é preciso que haja transparência e sinceridade entre “quem fala” e “o que fala”. Ao se construir a persona que será o narrador de suas ideias, é fundamental que considere todas as camadas de sua personalidade, para que, quando o relacionamento for estabelecido, não observe divergências nos diferentes momentos de contato.

É esperado que os valores e posicionamentos defendidos no discurso sejam aplicados em outros segmentos do posicionamento. Dessa maneira, a relação de confiança se estrutura de maneira sólida.

#### ATINJA O QUE HÁ DE COMUM

A importância de ter um discurso bem construído é conseguir gerar um sentimento teoricamente simples: o reconhecimento.

Quando trabalhamos com conteúdos menos técnicos, como a apresentação de uma ideia para um público amplo, é preciso encontrar no outro algo que vocês tenham em comum. Somente ao se reconhecer no que está sendo dito é que pode se apropriar da ideia que está apresentando e, dessa maneira, sentir-se contemplado e interessado pelo conteúdo abordado.

Quando falamos, falamos com alguém. Pare alguns instantes e pense em qual ligação você deseja criar com esse grupo e quais são os pontos em comum que vocês têm.

Como um exemplo simplista, mas que pode auxiliar na memória desse lembrete, pense no compartilhamento de frases de efeito sem uma contextualização ampla. Hoje, vemos esse movimento em redes sociais ou em conversas pessoais, mas não se difere das anotações e grifos no canto dos livros ou das citações anotadas em cadernos ou agendas. Esse movimento de propagação da frase retirada de seu contexto maior, seja um conto, discurso ou capítulo do livro, se dá porque, no momento em que a pessoa leu a frase, essa passou a conversar intrinsecamente com o sentimento que ela sentia naquele instante. É como se aquela frase tivesse sido feita exclusivamente para o seu momento, e não somente um recorte no olhar ou apresentação de um sentimento universal.

Criar esse olhar perante o conteúdo é, em maior ou menor escala, o objetivo de todos aqueles que expressam suas ideias.

#### COMO CONSTRUIR O DISCURSO

Algumas medidas iniciais podem te auxiliar nesse processo. A princípio, tudo pode parecer mecânico, mas é importante que se tenha em mente que, assim como todas as outras frentes criativas, a comunicação escrita ou falada também é resultado de um processo sólido e coeso.

PENSE EM VOCÊ COMO UM EXPLORADOR EM BUSCA DE PALAVRAS E FRASES INCRÍVEIS QUE PODERÃO SE RELACIONAR COM A MARCA DE FORMA INTERESSANTE - ELI ALTMAN

Durante muito tempo, o processo de escrita foi marcado por uma visão romantizada, mas cada vez mais podemos ver que “Canta, ó Musa, a ira de Aquiles, filho de Peleu, que incontáveis males trouxe às hostes dos aqueus.” pode ser um excelente início para uma criação, porém, o resultado final só será efetivamente satisfatório perante a dedicação daquele que escreve, e não graças à inspiração da Musa que irá soprar os caminhos e termos a serem usados.

Assumir diretrizes perante a comunicação pode facilitar esse processo. Separamos aqui algumas dessas:

**Conheça exatamente o que deseja comunicar:** quando se tem profundidade acerca do que irá comunicar, é mais simples do que encontrar diferentes lados para valorizar.

**Saiba com quem está falando:** pessoas ou grupos diferentes compreendem melhor uma mesma ideia dependendo das diferentes formas como é apresentado. Encontre como o seu público fala e se alinhe a isso.

**Compreenda as ferramentas que a língua te oferece:** cada idioma é parte constituinte de sua cultura, e, nas próprias normas do discurso, você pode reconhecer quais são os processos mais adequados para cada resultado desejado. Preocupe-se com o uso adequado de verbos, o quanto a adjetivação é necessária, qual a intensidade da formalidade que deverá aplicar, o quanto os termos técnicos devem ser exemplificados, dentre outras variáveis.

**Rascunhos são importantes:** diferentes versões de um mesmo texto permitem que você encontre a sua melhor estrutura de comunicação. Mantenha os textos anteriores para que possa compará-los. Eventualmente, uma junção deles poderá ser sua melhor opção.

**Construa um distanciamento:** a organização de prazos te ajuda nesse momento. Após a criação do conteúdo, afaste-se dele por algum tempo, podem ser algumas

horas ou dias, e volte a ele depois. Quando escrevemos, sabemos exatamente o que desejamos comunicar, e isso deixa o nosso olhar de leitor tendencioso para que entenda o que espera que seja entendido. Ao criar um distanciamento crítico e voltar para o texto após isso, é possível que veja pontos de atrito que não se apresentavam em um primeiro momento.

**Leia em voz alta:** quando lemos para alguém, ou ainda para nós mesmos, em voz alta, é possível encontrar frases que não se fazem compreender realmente, assim como evitar cacófonos (palavras obscenas, ridículas ou de duplo sentido que se formam da junção de palavras vizinhas) que podem gerar constrangimento ao leitor.

**VOCÊ NÃO VAI CONSEGUIR CAVAR  
UM NOVO BURACO CAVANDO O  
ANTIGO AINDA MAIS. - EDWARD DE BONO**

Não se esqueça, nunca fique limitado somente às dicas que são apresentadas aqui. Veja além, busque mais referências para compor a sua bagagem vivencial e repertório de leitura. Pensando nisso, separamos algumas sugestões de livros para que você vá além:

**Preconceito Linguístico**

[ Marcos Bagno - 2015 ]

**Comunicação Não-violenta**

[ Marshall Rosenberg - 2006 ]

**Elementos de Semiologia**

[ Roland Barthes - 1964 ]

**Kaspar Hauser Ou a Fabricação da Realidade**

[ Izidoro Blikstein - 2018 ]

**Introdução à Estilística**

[ Nilce Sant'anna Martins - 2000 ]

**Por que ler os Clássicos**

[ Italo Calvino - 2002 ]

**Desvendando os Segredos do Texto**

[ Ingedore G. Villaça Koch - 2018 ]



# O UNIVERSO E SISTEMA VERBAL DA MARCA

O UNIVERSO VERBAL PODE SER ENTENDIDO COMO TUDO O QUE PODE SER FEITO PARA FORTALECER O VALOR VERBAL DE UMA MARCA. ELE É BASTANTE INFLUENCIADO PELA CULTURA DA ORGANIZAÇÃO E VISA À CRIAÇÃO MÚLTIPLA DE SOLUÇÕES VERBAIS.

O termo Universo Verbal é uma alternativa que usamos no Laboratório Feio para representar a infinitude do trabalho de desenvolvimento de uma Identidade Verbal - aspectos essenciais de como usamos as palavras através do Naming, Assinatura Verbal, Manifestos, Narrativas, Dicionários, Vocabulários e o Sistema Verbal.

O Sistema Verbal é o principal pilar sustentador. Ele é uma estrutura estratégica que fornece os principais elementos para orientar e evoluir o trabalho da expressão escrita e falada da marca. Usamos esse termo, pois um sistema pode ser entendido como um conjunto de componentes que tendem a formar um todo organizado, neste caso, o nosso Sistema Verbal é dividido em quatro grandes entregas:

## CONCEITO E PRÁTICAS VERBAIS

O texto conceito é o ponto de vista sobre como a marca quer inspirar os públicos estratégicos. Ele acompanha uma estrutura de práticas, padrões de redação, normas de estilo com conceitos de alto nível, fornecendo as principais ideias e insights para geração de conteúdo institucional, informativo e promocional.

## ESTRUTURA DE NOMENCLATURA

Uma estrutura com regras claras e não limitantes para nomear produtos, serviços, áreas ou benefícios relacionados. Essa atividade fornece um guia de nomenclatura baseada no modelo de arquitetura de marca da organização.

## ACESSIBILIDADE VERBAL

Um guia de acessibilidade verbal que promove a inclusão. Esse modelo fornece recursos necessários para tornar o discurso da marca mais acessível a todos, independente do formato, mídia ou plataforma.

## TOM E VOZ

Diretrizes claras de como uma mensagem unificada e consistente será passada adiante, independente do seu ponto de contato. A voz da marca é intrinsecamente ligada aos seus atributos, já o seu tom tem maior flexibilidade para adaptação com diferentes públicos e canais. Os dois ajudam a ecoar o discurso da organização.

## QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE VOZ E TOM?

Precisamos ficar atentos às diferenças entre essas duas palavras. Enquanto a Voz é uma descrição que dá vida à personalidade da marca e se mantém estável por conta dos atributos definidos, o Tom é como a marca expressa diversas ideias de forma mutável; ele precisa atender inúmeros públicos e contextos.



Se a voz é igual à personalidade, você poderá descrevê-la usando os atributos da marca como o exemplo abaixo:



A VOZ PODE SER TRADUZIDA COMO ESPECIALISTA. ELA AJUDA OS PÚBLICOS A APRENDEREM OS CONCEITOS-CHAVE EM UMA LINGUAGEM QUE ENTENDAM.

Usamos essa estrutura visual para mostrar o que pode parecer ter muito ou pouco dessas qualidades. Você poderá usar a l'mmo - Atributos e a B.akka - Arquétipos para definir as principais características da personalidade da marca. Obs: a definição da voz é fundamental, pois ela sustenta as regras de uso dos tons.

Para interagir com diversas pessoas no dia a dia, precisamos mudar o tom de acordo com nossas necessidades, estado emocional, posição ou situação. Com as marcas isso não é diferente, por isso, recomendamos estruturar uma "escala de tons" que fornecerá descrições detalhadas de escrita e regras de uso. Entenda os sentimentos e adeque os tons da sua marca para criar novas experiências. Veja o exemplo abaixo:

TOM MOTIVACIONAL	
O QUE É?	TOM PARA INSPIRAR E ENCORAJAR O PÚBLICO A CONTINUAR OU TENTAR ALGO NOVO.
ONDE UTILIZAR?	HISTÓRIA DE CLIENTES, APRESENTAÇÃO DE NOVOS RECURSOS DO PRODUTO E VÍDEOS DE INTRODUÇÃO.
PERFIL DO PÚBLICO	PESSOAS CURIOSAS, ANIMADAS E PROVAVELMENTE DISTRAÍDAS.
NECESSIDADES	INTERESSADOS EM FAZER ALGO MAIS OU EM TENTAR ALGO NOVO, MAS QUE PODEM QUERER APENAS FICAR NA MESMA.
OBJETIVO DA MARCA	INSPIRAR OU ESTIMULAR NOVAS AÇÕES, PROMOVER A MARCA, PRODUTOS OU SERVIÇOS.
DIRETRIZES DE USO	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ MOSTRE O QUE É POSSÍVEL, MAS NÃO EXAGERE.</li> <li>+ MANTENHA-O DE ALTO NÍVEL COM CONCEITOS E IDEIAS-CHAVE.</li> <li>+ USE IDEIAS INSTRUTIVAS E INFORMATIVAS COM FOCO NOS DETALHES.</li> <li>+ MANTENHA-O ATIVO. USE IMPERATIVOS E APELOS À AÇÃO PARA ENVOLVER O PÚBLICO.</li> </ul>

Autodesk Editorial Style Guide



## Tons de Voz : Edição Essencial

ASPECTOS ESSENCIAIS DE COMO USAR AS PALAVRAS NA COMUNICAÇÃO  
[ GUIA DE SOBREVIVÊNCIA ]





- |                   |                 |                 |
|-------------------|-----------------|-----------------|
| 01 AMÁVEL         | 21 ENIGMÁTICO   | 41 MODESTO      |
| 02 APAIXONADO     | 22 EQUILIBRADO  | 42 MOTIVACIONAL |
| 03 ARGUMENTADOR   | 23 ERUDITO      | 43 NACIONALISTA |
| 04 ARROJADO       | 24 EXPLICATIVO  | 44 NONSENSE     |
| 05 AUDACIOSO      | 25 FAMILIAR     | 45 PERMISSIVO   |
| 06 AUTORITÁRIO    | 26 FERROZ       | 46 PLURAL       |
| 07 BEM-HUMORADO   | 27 FORMAL       | 47 POSITIVO     |
| 08 BISBILHOTEIRO  | 28 HABILIDOSO   | 48 PROVOCADOR   |
| 09 BURLESCO       | 29 INFANTIL     | 49 RADICAL      |
| 10 COERENTE       | 30 INFORMAL     | 50 REFLEXIVO    |
| 11 COMPASSIVO     | 31 INSEGURO     | 51 REQUINTADO   |
| 12 CONVIDATIVO    | 32 INSULTUOSO   | 52 RUDIMENTAR   |
| 13 CORDIAL        | 33 INSURGENTE   | 53 SARCÁSTICO   |
| 14 DESPRETENSIOSO | 34 INTRIGANTE   | 54 SAUDOSO      |
| 15 DIPLOMÁTICO    | 35 LAMENTOSO    | 55 SEDUTOR      |
| 16 DIVERTIDO      | 36 LÓGICO       | 56 TÉCNICO      |
| 17 ELITIZADO      | 37 LÚDICO       | 57 TENTADOR     |
| 18 ELOGIOSO       | 38 MACABRO      | 58 TRANQUILO    |
| 19 EMPOLGADO      | 39 MAL-HUMORADO | 59 VENCEDOR     |
| 20 ENÉRGICO       | 40 MANIPULADOR  | 60 VIBRANTE     |

Nas próximas páginas você encontrará o detalhamento dos Tons de Voz, dicas e um texto de como uma mesma ideia pode ser apresentada de acordo com cada opção. Estude e experimente! ;)

## 01 AMÁVEL

*Seja agradável e cortês para diminuir as distâncias.*

### Descrição:

Gentil e próximo, permite que a atenção seja cativada devido ao vínculo que consegue criar com quem se depara. Entender as necessidades torna a fala mais sensível.

### Dica do que fazer:

Aproxime a fala e torne a comunicação horizontal. Estar alinhado permite que demonstre amparo.

### Dica do que não fazer:

Forçar a proximidade pode fazer com que a intimidade não nasça de maneira natural ou fluida e gere afastamento.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Entendemos que nem todos têm facilidade em se comunicar. É mesmo uma habilidade complexa que soma não somente uma bagagem cultural para fundamentar, mas uma capacidade de leitura do outro para que seja possível entender como o seu discurso será melhor recebido. Para fortalecer esse processo, é preciso exercício, e saber por onde começar é um passo importante para perder o medo. A Biblioteca de Tons de Voz ajuda nos apresentando um panorama do que está sendo feito, assim como direcionamentos para que o pensamento seja uma construção conjunta. A criação é possível, experimente.



## 03 ARGUMENTADOR

*Busque como construir o seu saber em conjunto.*

### Descrição:

A troca é fundamental para que se amplie o conhecimento. Apresente o que tem como verdade, mas abra espaço para que as experiências alheias sejam consideradas.

### Dica do que fazer:

Interrogativas podem ser usadas por dois caminhos, suscitando interações ou gerando uma maior curiosidade.

### Dica do que não fazer:

Perguntas abertas não criam desejo de resposta. Quando se pode escolher tudo, provavelmente não se escolherá nada.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Por que a gente deve simplesmente falar e apresentar as ideias como nos convém? Para construir as ideias em si, nos dedicamos aos estudos, pesquisas, buscas... mas, quando chega o momento de apresentá-las para os outros, simplesmente falamos. Aham mesmo que esse é o caminho? A transmissão é tão importante, se não for mais, quanto a criação das mesmas. Para nos ajudar nesse processo, usamos a Biblioteca de Tons de Voz. Não procuramos respostas, mas buscamos o que está acontecendo para encontrar quais são as diretrizes que mais se encaixam com aquilo que nos norteia. Sabemos que é relativamente fácil responder o que já foi formulado, mas descobrir o que ainda precisa ser questionado é a nossa grande paixão.



## 02 APAIXONADO

*Deixe claro os pontos positivos e incríveis sobre isso.*

### Descrição:

Encantar para conquistar. A atmosfera criada é cativante e consegue inebriar. Como resultado, ao se relacionar, gera vínculos pessoais e incita o desejo.

### Dica do que fazer:

Traga a experiência para o que é vivido no dia a dia, mais do que um valor avulso, veja como incentivar ligações.

### Dica do que não fazer:

Paixões são individuais, não tente conquistar a todos com os mesmos argumentos, respeite as singularidades.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Lembro muito bem da primeira vez que apresentamos um questionamento e ele se transformou em um debate rico e construtivo. Naquele instante, tive a certeza de que aquele era o caminho pelo qual desejávamos seguir e pude ver, a cada argumento, que nossas ideias conseguiam envolver o outro. Para ajudar nesse processo, usamos a Biblioteca de Tons de Voz, uma ferramenta que mostra o que há de mais essencial na comunicação de cada marca e possibilitou, assim, criarmos as dinâmicas que trouxeram o nosso discurso até esse ponto. Somos responsáveis, hoje, por criar um movimento de construção constante e conjunto, e isso é o que mais nos motiva.



## 04 ARROJADO

*Descubra novos caminhos de maneira impetuosa.*

### Descrição:

Manter o horizonte de possibilidades permite que encontre novos direcionamentos. Assumir esse tom pode fazer com que seja visto como vanguarda do que acredita.

### Dica do que fazer:

Experimentar é manter sempre a abertura necessária para o tentar. Vá mais além do que foi posto como certo.

### Dica do que não fazer:

Desconsiderar o vigente pode fazer com que a profundidade desejada não tenha embasamento. Considere as bagagens.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Esse negócio de ter só um jeito certo de fazer as coisas é besteira. Não somos todos iguais, por que deveria haver, então, um só jeito? Vamos descobrir maneiras novas, experimentar o que pode ser feito e refeito. Cada momento tem algo mais adequado e a ousadia em tentar é o que nos diferencia de quem está aí procurando uma receita de bolo. Para ajudar nesse processo, usamos a Biblioteca de Tons de Voz. Uma ajuda muito útil para que possamos saber o que as pessoas estão fazendo, assim como encontrar, juntos, como fazer do nosso próprio e mutável jeito.



## 05 AUDACIOSO

*Seja safo e saiba como alcançar seu objetivo.*

### Descrição:

O raciocínio rápido permite que o entender e o questionar sejam ativados quase que simultaneamente. Alimente o lado provocador para compreender o que deseja.

### Dica do que fazer:

Não aceite o que está dado como absoluto. Crie questionamentos e encare o que acontece por um outro lado do prisma.

### Dica do que não fazer:

Quando tudo é questionado, os alicerces podem ficar abalados. Saiba direcionar o que deseja mudar.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Nossas mudanças são constantes. O que nos definia ontem pode não fazer o mesmo sentido amanhã e estamos dispostos a acompanhar esse movimento, porque somente ele consegue fazer com que estejamos sempre vivos e alinhados às novas necessidades que se apresentam. Para conseguir fluir entre essas alterações sem perder a essência, usamos a Biblioteca de Tons de Voz. Foi incrível como conseguimos ver que o que funciona para um não se aplica para o outro e pudemos, assim, transitar pelo que mais nos agrada naquele momento presente e fazer com que o nosso discurso seja o melhor portador da ideia que defendemos.



## 07 BEM-HUMORADO

*Seja leve para conseguir chegar mais longe.*

### Descrição:

Adaptabilidade é conseguir ser flexível para se adequar ao momento presente e, através do riso e leveza, conquistar seu público. Ao descontrair, amplia o alcance de suas ideias.

### Dica do que fazer:

Faça do tom um aliado para trabalhar os temas desejados. Gerar riso permite pensar assuntos de maneira orgânica.

### Dica do que não fazer:

Atenção para não tornar temas levianos. Ser sutil na abordagem não deve interferir na credibilidade.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Então, quando comecei a procurar o que estava acontecendo com as ideias que apresentava, encontrei que: "O discurso estava causando imbróglis." e pensei "Legal, mas que raios significa isso?" Parece super fácil pra todo mundo, mas eu ficava batendo com a cara na parede e não saía do lugar. Desistir? Não vou desistir! Vamo lá! Alguma coisa deve poder ajudar! Então, encontramos a Biblioteca de Tons de Voz. Assim, não sei nem o que falar! Botaram uma luz em cima do que as marcas já estavam fazendo e ficou muito mais fácil entender pra onde ir. Depois foi só juntar uma galera, botar todo mundo pra pensar no que a gente queria e escolher um caminho pra seguir e fugir desse tal de "imbróglis" que parece que ninguém quer.



## 06 AUTORITÁRIO

*Mantenha sua hierarquia para não ser questionado.*

### Descrição:

Elevado, distante e detentor do saber, a assertividade da fala é resultado de grande clareza acerca daquilo que entrega e tal conhecimento gera confiança.

### Dica do que fazer:

Demonstre aquilo que conhece e mantenha a posição que conquistou. O uso de imperativos pode ajudar a direcionar.

### Dica do que não fazer:

O medo pode fazer com que as conquistas sejam levianas e o público afaste-se assim que puder.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Só há um jeito de se orgulhar do que foi feito: estando no topo. E é exatamente aqui onde estamos. Sabemos como alcançar quem nos interessa e, agora, é a sua vez de fazer o mesmo. Com a Biblioteca de Tons de Voz, você vai se destacar de todos os demais e saber exatamente como deve falar para ser ouvido. Nós estamos certos e, se vier conosco, poderá colher os frutos daquilo que estamos plantando e ter, assim, o mérito que merece, ao invés de continuar perdendo para outros menos capacitados.



## 08 BISBILHOTEIRO

*Entenda quais são as melhores perguntas a serem feitas.*

### Descrição:

Há um processo por detrás de todos os acontecimentos e, ao compreender, as coisas passam a ser parte da bagagem de cada um, não somente uma explicação vazia.

### Dica do que fazer:

A curiosidade costuma ser compartilhada por muitos. Traga conhecimentos empíricos para saciar curiosidades.

### Dica do que não fazer:

Alguns questionamentos são mais sensíveis do que práticos. Esquecer de ponderar pode criar uma visão fria do mundo.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Como as pessoas podem reconhecer aqueles que partilham de seus valores e como é possível se fazer entender por quem deseja compartilhar a jornada? Essas são interrogações com as quais todos nós nos deparamos quando desejamos transmitir aquilo no que acreditamos. Para compreender de maneira profunda, é preciso conhecer hábitos, vontades, verdades, gostos e tantas outras variáveis que, quando somadas, agrupam personalidades parecidas. Para auxiliar nesse processo, a Biblioteca de Tons de Voz busca apresentar pontos em comum na comunicação das marcas e permitir que, por meio da criação conjunta com sua equipe, possa adequar as diretrizes de seu discurso.



09

## BURLESCO

*Permita ser extravagante para marcar presença.*

### Descrição:

A estrutura e forma que extrapolam o senso comum são ferramentas para atingir pontos sensíveis de maneira leve. Consegue criar questionamentos mais acessíveis.

### Dica do que fazer:

Exageros e hipérboles podem gerar o riso na mesma medida que plantam valiosos questionamentos.

### Dica do que não fazer:

Não saber exatamente sobre o que deseja focar pode fazer com que se crie somente piadas sem sentido.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Ah, há um mundo de ideias que estão flutuando por aí, todas ao nosso redor, todas orbitando entre as nossas cabeças. Algumas a gente deixa entrar e elas fazem toda a diferença na vida. A gente tem as nossas, já tentamos deixar as cabeças coladas para ver se passam de uma à outra, mas não funcionou. Precisamos expressar e é aí que mora o problema. Várias palavras, incontáveis combinações entre elas... como fazer? A gente usou a Biblioteca de Tons de Voz. Vimos o que os outros estavam fazendo e conseguimos achar um espaço para o nosso jeito ressoar. Não foi fácil, mas fizemos isso juntos e talvez esteja dando certo.



11

## COMPASSIVO

*Exercite a empatia e reconheça o que importa pro outro.*

### Descrição:

Reconhecer necessidades e perceber como elas atingem o público permite que a sua escolha de termos seja clara para aqueles a quem se direciona.

### Dica do que fazer:

Conseguir misturar experiências com valores aproxima a fala daquele que a ouve. Encontre motivação na vivência.

### Dica do que não fazer:

Um tom muito emotivo pode tirar a seriedade daquilo que está sendo trabalhado. Cuidado para não parecer apelativo.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Aquilo que lhe incomoda ou define também faz parte do que acreditamos. Sabemos que todas as dores são individuais, mas encontramos, no trabalho conjunto, uma maneira de abraçar singularidades e mostrar que podemos criar um espaço de mudança. Para sermos compreendidos da melhor maneira possível, nos valem do uso da Biblioteca de Tons de Voz, para saber o que as outras marcas fazem e descobriremos, assim, como fazer para que nossa missão fique clara a todos.



10

## COERENTE

*Comunique sem rodeios e fale com assertividade.*

### Descrição:

As ideias estão sobre a mesa. Mesmo em poucas palavras, já é possível reconhecer quais são os objetivos e verdades que deseja comunicar ao seu público.

### Dica do que fazer:

Frases curtas e em ordem direta ajudam na compreensão rápida de ideias. Seja assertivo naquilo o que deseja.

### Dica do que não fazer:

Fuja de textos instrumentais. Ideias precisam ser passadas, e é possível aprofundar-se sem complicar.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - A Biblioteca de Tons de Voz foi desenvolvida para ajudá-lo a encontrar aspectos essenciais da maneira como as marcas usam as palavras na comunicação. Ela é uma ferramenta útil de colaboração com a qual você e sua equipe poderão construir diretrizes claras de como uma mensagem unificada e consistente será passada adiante, independente do seu ponto de contato e foi parte fundamental para a criação dos nossos processos internos.



12

## CONVIDATIVO

*Apresente o que te encanta e traga outros contigo.*

### Descrição:

Criar vontade de pertencer é o caminho para que consiga trazer as pessoas para o seu propósito. Valorize aquilo que há de melhor e torne-se desejável.

### Dica do que fazer:

Apresentações descritivas ajudam a mostrar o que há de interessante em seguir seu caminho. Valorize narrativas.

### Dica do que não fazer:

Um mundo perfeito não existe e todos sabem disso. É preciso que seja valorizado, mas no limite da realidade.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Hey, quando a gente olha só pro resultado final, parece que nunca vamos conseguir chegar no status que os outros estão. Mas o começo é igual para todos nós: no começo não há nada e precisamos tirar as ideias do zero. Alguns têm mais facilidades para desenvolver o que precisam, mas para diminuir essas diferenças podemos usar ferramentas que nos ajudam. Uma delas é a Biblioteca de Tons de Voz, que apresenta o que as marcas já consolidadas estão fazendo, assim como processos para desenvolvermos, em conjunto, o que nos define. Dê uma conferida, tente e, se precisar de ajuda, é só nos procurar que estaremos aqui.



13

## CORDIAL

*Faça com que queiram partilhar da sua simpatia.*

### Descrição:

Agradável e versátil, consegue adequar-se a diferentes públicos e manter-se sempre como uma presença bem-vinda. A conquista não demanda muita atenção.

### Dica do que fazer:

Simples e acessível. Para agradar mais pessoas, é preciso que a comunicação não seja específica para ninguém.

### Dica do que não fazer:

Ser adequado é diferente de não apresentar personalidade. Ignorar os detalhes pode tornar o tom vazio.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Pode parecer complicado conseguir se comunicar, temos a impressão de que cada pessoa lê de um jeito e que seria impossível fazer com que todos possam nos entender, mas não se deixe ficar aflito por causa disso. A capacidade de construir uma fala coesa está em você, e podemos te ajudar a facilitar esse processo. A Biblioteca de Tons de Voz é uma importante ferramenta para que possamos estudar como as grandes marcas se comunicam, assim como nortear as dinâmicas conjuntas que serão responsáveis por esse processo. Confie no seu potencial e acredite no resultado do seu esforço.



15

## DIPLOMÁTICO

*Pense na melhor maneira dessa notícia ser recebida.*

### Descrição:

Escolher o caminho pelo qual irá comunicar facilita o entendimento e traz leveza para o que é dito. Quando a ideia é compreendida, a comunicação torna-se uma troca.

### Dica do que fazer:

Entenda com quem está falando, descubra quais são as colocações mais comuns para esse grupo e alinhe-se.

### Dica do que não fazer:

Agradar é uma questão de recorte. Livre-se da ambição de ser agradável para todos com quem se conecta.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Respeite o seu momento, suas limitações, suas vontades e aquilo o que deseja. Saiba como todas essas variáveis se aplicam do outro lado também e consiga, assim, construir uma ponte que liga, de maneira sólida, os dois lados. Sabemos que esse processo é complicado, mas a Biblioteca de Tons de Voz ajuda a termos um panorama do que está sendo feito, para que possamos, então, construir, em conjunto, qual a melhor maneira de falarmos com o outro. Seja claro e domine sua fala, isso irá transparecer.



14

## DESPRETENSIOSO

*Comunique com simplicidade e gere encantamento.*

### Descrição:

O discurso dinâmico é leve e pode ser assimilado facilmente. Estar atento ao que acontece faz com que transpareça dedicação em acompanhar as mudanças ao redor.

### Dica do que fazer:

Frases simples e a preocupação com um entendimento rápido permitem que comunique de maneira assertiva e leve.

### Dica do que não fazer:

Tentar acompanhar tudo simultaneamente pode fazer com que não haja um objetivo explícito a comunicar.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - À medida que vamos falando, vamos encontrando alguns problemas, às vezes, parece que não conseguimos entender exatamente o que estamos comunicando, então fomos testando diferentes maneiras de fazer isso. Tentamos de alguns jeitos diferentes e descobrimos que alguns servem mais do que outros. Para conseguir definir o que se encaixa melhor, usamos a Biblioteca de Tons de Voz em várias tarefas de grupo. Depois disso, testamos e fomos adequando, mudamos umas coisas e depois criamos outras só nossas para que ficasse perfeito.



16

## DIVERTIDO

*Encontre uma maneira engraçada de dizer aquilo no que acredita.*

### Descrição:

Quando as pessoas reconhecem-se em determinadas situações, é fácil que elas empatizem e possam se divertir em conjunto. Isso as aproxima de maneira leve.

### Dica do que fazer:

Metáforas e temas correlacionados te ajudam a trabalhar assuntos sérios, trazendo reconhecimento para o outro.

### Dica do que não fazer:

Nem todos os temas combinam com a irreverência, fique atento ao que dará foco quando comunicar.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Heeey! haha! :) Temos uma ferramenta muuuito legal para você, que busca criar marcas sem aquele blá blá blá chatão do mundo dos negócios. A Biblioteca de Tons de Voz foi preparada para que qualquer pessoa possa desenhar caminhos de como a marca irá se comportar verbalmente com todos os seres humaninhos (ou quase todos). Com as cartas Ecco, você e sua equipe vão colocar AQUELE tempero nas discussões e geração de ideias.



17

## ELITIZADO

*Defenda a sua posição para que mantenha o valor.*

### Descrição:

Estar ao seu lado é alcançar a posição desejada. Conversa somente com aqueles que partilham de seus valores e esse recorte é o objetivo de sua comunicação.

### Dica do que fazer:

Transpareça a importância daquilo que entrega. A elevação e adjetivação são aliadas.

### Dica do que não fazer:

Não é preciso ser arrogante para demonstrar conhecimento. Mesmo que para um grupo restrito, crie diálogo.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Uma experiência única pode ser vivida quando nos apresentamos, os olhares nos desejam, mas é sabido que esse espaço é para poucos. Nosso patamar é defendido pela maneira com a qual nos comunicamos. Nos valem da Biblioteca de Tons de Voz para encontrar exatamente onde desejávamos nos posicionar e, somente através desse processo, pudemos satisfazer a necessidade de distanciamento que tanto nos é cara. É preciso compreender para partilhar e nos criamos através do trabalho de quem sabe o que queremos e nos encaminhamos para tal, sendo seguidos somente pelos poucos que compreendem e merecem tal patamar.



19

## EMPOLGADO

*Ative o que há de melhor através do seu ânimo.*

### Descrição:

O vigor com que fala daquilo em que acredita é responsável por criar encantamento e desejo em todos. É possível abarcar o outro nesse movimento.

### Dica do que fazer:

Utilize sua fala para incentivar que aquele movimento seja partilhado por muitos. Sua meta é transbordar o que acredita.

### Dica do que não fazer:

Muita animação pode assustar. Cada um está em um momento e não é possível alinhar todos na mesma etapa.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Vamos lá! Pra que todo mundo entenda o que a gente quer, é preciso que todos sejam ouvidos. Bora trabalhar em conjunto para construir isso aqui da melhor maneira. Para ajudar nesse trabalho, usamos a Biblioteca de Tons de Voz, que serviu como objeto de estudo, mas também como dinâmica pro grupo se alinhar e fazer funcionar. Quando geral se sente envolvido no projeto, cada um se vê um pouco como dono e tudo fica mais fácil de ganhar amplitude. E nós sabemos que podemos fazer a diferença com aquilo em que acreditamos.



18

## ELOGIOSO

*Encontre maneiras de enaltecer o que tem de melhor.*

### Descrição:

Demonstrar as qualidades e trazer aquilo que deve ser valorizado para o foco é fundamental para transparecer aquilo o que o diferencia e merece destaque.

### Dica do que fazer:

Adjetivos são uma ferramenta importante. Conhecer quais são os pontos altos permite que saiba o que merece ênfase.

### Dica do que não fazer:

Cuidado com elogios vazios. Enaltecer para além do que é verdade invalida até mesmo argumentos sinceros.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Fazemos um trabalho contínuo e dedicado para promover no meio a mudança na qual acreditamos. E, por nosso posicionamento claro e coerente, somos seguidos por pessoas preocupadas e engajadas com o tema. Para que seja possível comunicar de maneira a potencializar o entendimento, utilizamos a Biblioteca de Tons de Voz em diversas dinâmicas de grupo, que tiveram resultados muito positivos. Nos orgulhamos desse processo de amplo crescimento e vamos aplicá-lo constantemente em nossos direcionamentos.



20

## ENÉRGICO

*Seja impetuoso e mostre o que deseja alcançar.*

### Descrição:

A impetuosidade e a certeza de onde deseja chegar faz com que os caminhos pareçam ser traçados com precisão e possam ser facilmente seguidos.

### Dica do que fazer:

Frases afirmativas e de validação fazem com que o sentimento de capacidade transpareça e acolha no contato.

### Dica do que não fazer:

Cuidado para não assumir uma postura altiva perante o que comunica, isso pode criar afastamentos.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Vai, tá esperando o quê? Que alguém decida por você como deve se comunicar? Provavelmente isso pode acontecer, mas sabe o que acontece junto? A ideia passa a não ser sua, assim como o mérito ou o destaque por ter tido ela. Se isso está bom para você, ok! Para nós, não está! Estamos à frente daquilo em que acreditamos e sabemos que geramos, assim, o movimento que queremos ver. Para ajudar nisso, a Biblioteca de Tons de Voz apresentou um panorama e um direcionamento para colocarmos as cabeças do grupo para trabalhar em conjunto e fazermos, então, com que a nossa ideia esteja no patamar de vanguarda.





21

## ENIGMÁTICO

*Fale, mas lembre-se de manter alguns segredos.*

### Descrição:

Alimente a curiosidade do outro em querer saber qual a realidade completa. O mistério é encantador, e isso cria uma necessidade em sempre conhecer um pouco mais.

### Dica do que fazer:

Incentive a curiosidade ao conseguir promover o jogo entre aquilo que é dito e o que pode ser subentendido.

### Dica do que não fazer:

Quando esse jogo é constante, o discurso pode tornar-se cansativo e criar desconfiança e afastamento.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - A comunicação clara é um desejo de muitos, mas dominar as suas técnicas é uma capacidade detida por poucos. Conheça, com a Biblioteca de Tons de Voz, quais são os tons mais utilizados e descubra qual melhor se adequa ao seu público desejado. Saber como cada grupo se comporta é uma habilidade rara e ter contato com essas informações fará com que a criação conjunta com sua equipe torne-se mais coerente e simples. Se acredita que a sua mente esteja preparada para tal desafio, embarque nessa jornada e revele diretrizes que norteiam a troca.



23

## ERUDITO

*Faça do seu saber o estímulo para que o outro aprenda.*

### Descrição:

Ao tratar assuntos com profundidade, consegue criar o sentimento de curiosidade, assim como gerar discussões enriquecedoras. Assuma a posição de referência.

### Dica do que fazer:

Entregar as fontes que validam as ideias e apresentar visões múltiplas sobre o tema cria conversas maduras.

### Dica do que não fazer:

Ter mais conhecimento não o faz detentor de todas as verdades. É preciso ponderar as fontes.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Como um rapsodo que consegue encantar seu público ao dominar as histórias e o uso de suas palavras, buscamos envolver e atrair aqueles que por nós são tocados. A comunicação é nossa maior ferramenta para ressoar por entre as ideias compartilhadas e, para que possamos fazê-lo de maneira clara, nos valem do uso da Biblioteca de Tons de Voz que permite, por meio do labor partilhado, encontrar uma maneira de diminuir ruídos e amplificar nosso alcance.



22

## EQUILIBRADO

*Pondere as ideias antes de apresentá-las.*

### Descrição:

Ideias apresentam polaridades e, ao conhecer os dois lados e descobrir como fazer com que essas dialoguem, é possível assumir um papel neutro, sem ser omissivo.

### Dica do que fazer:

Apresente os lados que estão envolvidos no questionamento e descubra como fazer com que estes dialoguem.

### Dica do que não fazer:

A imparcialidade é, também, um posicionamento. Cuidado com o discurso que valida quando se mantém em silêncio.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Todos enfrentamos problemas quando tentamos nos comunicar. Nem sempre conseguimos nos manter de maneira imparcial ou apresentar ideias sem que elas pareçam mais queridas por um ou pelo outro. Mas, para que as decisões finais possam ser tomadas por quem as lê, é preciso ter clareza acerca do que há de positivo de um lado ou do outro. A gente sabe no que acredita e no que gostaríamos que os outros nos seguissem, mas essa decisão não é nossa, então, nos valem da Biblioteca de Tons de Voz para conseguir apresentar os lados, argumentar e construir em conjunto.



24

## EXPLICATIVO

*Demonstre seu conhecimento e tire dúvidas.*

### Descrição:

Quando se fala de fora, é possível elucidar pontos que normalmente não conseguem ser vistos. Seja simples ao mostrar o que sabe e mantenha-se aberto ao diálogo.

### Dica do que fazer:

Com interrogativas, fomenta o diálogo e mostre-se aberto para acompanhar jornadas e criar saberes conjuntos.

### Dica do que não fazer:

Ser o detentor de todo o conhecimento é uma mentira da qual deve afastar-se. Mediar não é ter respostas constantes.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Às vezes, por mais que busquemos mostrar o que nos define, não conseguimos fazer com que as pessoas se sintam ligadas ao que oferecemos. Um dos motivos para que isso aconteça é o fato de que a ideia não está sendo realmente compreendida. Saber como se comunicar de maneira clara é fundamental e, para te auxiliar nesse processo, a Biblioteca de Tons de Voz traz um panorama das estruturas mais fundamentais para comunicação das marcas. Organize uma equipe que partilhe dos seus valores, organize as dinâmicas necessárias e encontre a melhor maneira de transparecer aquilo que mais te importa.



25

## FAMILIAR

*Fortaleça a intimidade para ligar e aproximar.*

### Descrição:

Afável e familiar, impregna proximidade e conexão. O uso de palavras mais alinhadas com o perfil do público de interesse pode sugerir amizade e cumplicidade.

### Dica do que fazer:

Compartilhe conhecimentos com as pessoas e não se esqueça de dar conselhos genuínos para todos os interessados.

### Dica do que não fazer:

Evite usar termos técnicos e palavras extravagantes, isso pode distanciar a sua audiência.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Todos nós vivemos em grupo, sejam grupos menores, nos quais nos ligamos por gostos e hábitos comuns, ou em grupos maiores, que se ligam a conceitos geográficos e culturais, e o desejo de nos entendermos é uma vontade geral. Encontre pontos em comum na comunicação das marcas com a Biblioteca de Tons de Voz, e use os seus conhecimentos para saber o que deseja valorizar em seu projeto, assim como nortear quais são as dinâmicas mais importantes para construir em conjunto a melhor maneira de transparecer o que tem como valores fundamentais.



27

## FORMAL

*Ganhe credibilidade com um pensamento estruturado.*

### Descrição:

Com um discurso sério e quase impessoal, não se deixa levar por sentimentalismos e tem a habilidade de se manter distante e detentor do conhecimento apresentado.

### Dica do que fazer:

Seja imparcial e empregue a norma culta. O discurso distancia e apresenta mais credibilidade ao elucidar pontos.

### Dica do que não fazer:

O fala dura pode tirar a familiaridade que uma estrutura humanizada propicia. É preciso equilibrar os conceitos.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Um discurso assertivo e bem construído é fundamental para que nosso público saiba que apresentamos total domínio acerca do assunto trabalhado, assim como conseguimos fundamentar, de maneira satisfatória, as discussões e respostas às dúvidas que possam se apresentar. Para que pudéssemos assegurar tal desempenho, nos valem do uso direto e indireto da Biblioteca de Tons de Voz, que serviu como corpus de pesquisa, na mesma medida que direcionou as dinâmicas interativas que desenvolvemos em momentos decisivos para nosso posicionamento.



26

## FEROZ

*Defenda aquilo em que acredita de maneira ardente.*

### Descrição:

Seus valores são aquilo que lhe definem. Seja fiel aos seus princípios e não tenha receio de posicionar-se de maneira assertiva e direta perante suas verdades.

### Dica do que fazer:

Seja impetuoso e trate de modo aberto os assuntos. Não é preciso adequar-se, mas criar seu próprio espaço.

### Dica do que não fazer:

A agressividade pode fazer com que o discurso pareça muito distante de uma realidade possível de ser partilhada.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - O seu público está esperando por você, basta que você o alcance! Saber do que ele gosta, como ele fala e quais são as melhores maneiras de valorizar aquilo que você faz é fundamental para conquistar o que já é seu. A Biblioteca de Tons de Voz foi criada justamente para te ajudar a diagnosticar o que as outras marcas apresentam como diretrizes fundamentais e encontrar, assim, qual é a melhor maneira de apresentar os seus pontos fortes. Junte a sua equipe, descubra o espaço a ser preenchido, e mostre como você é a melhor escolha perante o todo.



28

## HABILIDOSO

*Valide o que diz com sua vivência e bagagem.*

### Descrição:

Com conhecimento prático e sabendo como as coisas funcionam na rotina, prevê problemas, entrega soluções e torna-se, assim, uma fonte de informações práticas.

### Dica do que fazer:

Apresente os conhecimentos práticos de maneira clara. Os erros são comuns e entregar soluções gera vínculos.

### Dica do que não fazer:

Ter conhecimento empírico não significa saber tudo. Mantenha a abertura para novos aprendizados e teorias.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Somente através da experiência de anos de trabalho na área e conhecimento profundo acerca do comportamento e linguagem das marcas ao se comunicarem, foi possível compilar quais são os principais tons e nuances da comunicação. E, para ter acesso a parte desse conhecimento e conseguir aplicar de maneira satisfatória, a Biblioteca de Tons de Voz se apresenta como uma importante ferramenta de estudo, assim como facilitadora para dinâmicas em grupo, a fim de conseguir transmitir quais são os seus valores, da melhor maneira possível, ao seu público almejado.





29

## INFANTIL

*Encante pela inocência daquilo que diz.*

### Descrição:

Sem malícia, encara o mundo de maneira pura e linear, distante de grandes problematizações acerca dos atritos que podem apresentar-se no decorrer de suas ações.

### Dica do que fazer:

O uso de palavras simples e de fácil entendimento é responsável por entregar aquilo que considera valioso.

### Dica do que não fazer:

Com um pensamento superficial é fácil passar a ideia de imaturidade e não conseguir a confiança que deseja.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Cada um tem um jeitinho de falar, algo de que goste ou que ache importante e fazer as coisas com carinho e cuidado é como a gente vai conseguir encontrar a personalidade de cada um. A Biblioteca de Tons de Voz veio criar isso junto com você. Cada fase é uma nova missão pra gente encarar e conhecer como as marcas se comunicam deu aquela ajudinha nesse processo. Depois é só juntar as ideias do grupo e fazer com que os desafios virem o jeito que a gente troca ideia.



31

## INSEGURO

*Fale de maneira lacônica para não se comprometer.*

### Descrição:

Nem todas as questões podem ser apresentadas como afirmativas. Por vezes, é preciso falar, mesmo não desejando que aquela ideia seja atribuída como uma verdade sua.

### Dica do que fazer:

Frases pouco específicas e questionamentos no meio da apresentação demonstram que talvez aquele não seja o melhor caminho.

### Dica do que não fazer:

Ao falar titubeando, ficará evidente que não se defende aquilo incondicionalmente. Saiba ponderar.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Saber com quem se está falando é fundamental, né? Pra conseguir encontrar a melhor maneira, desenvolvemos vários estudos que até ajudaram a direcionar a nossa comunicação, mas não dá pra saber os resultados assim num primeiro olhar, então achamos que a Biblioteca de Tons de Voz tenha ajudado nesse processo. Mas, como precisamos reunir as pessoas para efetuar as dinâmicas, cada um tem um olhar sobre os resultados, então talvez tenha gente que não concorda que realmente tenha ajudado. É importante você tentar pra você mesmo decidir porque não necessariamente a nossa experiência é a geral. Achamos bom, mas você pode não achar, então tem que ver.



30

## INFORMAL

*Fale com proximidade para deixar tudo mais simples.*

### Descrição:

Como uma conversa entre amigos, expressa suas opiniões sem rodeios ou preocupações. Sabe exatamente com quem fala para criar a proximidade que deseja.

### Dica do que fazer:

Expressões, gírias e vocativos coloquiais ajudam a fazer com que a transmissão de informações seja fluida.

### Dica do que não fazer:

Comunicar com um grupo restrito pode fazer com que o seu entendimento seja limitado e perca alcance.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Pra poder conversar com o outro e ele entender o que a gente tá falando é preciso ser claro. Mas não tem como ser claro pra todo mundo ao mesmo tempo, então, antes de tudo, é preciso saber com quem a gente mais quer conversar. A Biblioteca de Tons de Voz tá aqui justamente pra ajudar nisso. Com ela, dá pra reconhecer quais são alguns pontos em comum entre a comunicação das marcas e fazer com que a criação do nosso tom de voz seja o resultado de um trabalho em que todos participam. Crie com os colegas da equipe e faça com que mais gente entenda o que você tá defendendo de verdade.



32

## INSULTUOSO

*Tenha como meta causar desconforto e incômodo.*

### Descrição:

Questione e tire o outro de sua zona de conforto. Mostrar-se com segurança permite que se posicione de maneira mais dura e pronta para as afrontas que receberá.

### Dica do que fazer:

Incite a discussão perante aquilo em que não acredita. Esteja pronto para ficar no centro do que é questionado.

### Dica do que não fazer:

Estar somente no movimento contrário ao instaurado pode esvaziar o sentido que deseja criar.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Não adianta nada você ter boas ideias ou um produto relevante se não sabe com quem está falando e deixa o seu discurso confuso. Fazendo isso, você realmente não vai sair do lugar ou alcançar o destaque que deseja diante de tanta gente apresentando seus próprios projetos. Com a Biblioteca de Tons de Voz, você entenderá um pouco mais como as marcas se posicionam e conseguem atingir seus objetivos e, por meio de dinâmicas e construções grupais, quem sabe você consegue chegar onde deseja e mostrar pro mundo porque deve ser o escolhido.



33

## INSURGENTE

*Rompa com o que foi posto e encontre novos olhares.*

### Descrição:

Nada é absoluto. Criar algo novo e contrário ao que se via como definitivo é validar a possibilidade de inúmeras outras realidades que independem do status quo.

### Dica do que fazer:

Crie revoluções e faça com que um novo mundo possa ser visto através de seus olhos. Seja sujeito ativo de mudança.

### Dica do que não fazer:

Se não souber onde deseja chegar, não há sentido em somente questionar o que está posto como certo.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Não adianta falar de maneira igual com pessoas diferentes. Temos uma norma, um tom mais comum e frio para a comunicação, mas nada disso deve ser aplicado como verdade absoluta quando queremos nos comunicar com a individualidade de cada um. Pare de buscar por fórmulas ou receitas que oferecem respostas fáceis e lineares, e descubra como é o seu jeito de se comunicar com a Biblioteca de Tons de Voz, que foi desenvolvida para ajudá-lo a encontrar aspectos essenciais na maneira como as marcas usam as palavras na comunicação. Por meio de um construir conjunto com sua equipe, conseguirá se diferenciar do que todos têm feito e mostrar o seu valor ao adequar sua fala ao seu público.



35

## LAMENTOSO

*Busque como apresentar e como ver os pesares.*

### Descrição:

Compartilhar as dores e sofrimentos torna as vivências mais reais e cria a possibilidade de atingir o outro que partilha desse momento contigo. Busque ligações.

### Dica do que fazer:

Sua capacidade narrativa deve considerar o contexto, história e os sentimentos que criará em quem se depara com ela.

### Dica do que não fazer:

Um problema sem contexto não consegue gerar empatia - ou mesmo entendimento - para quem está fora.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - É tão difícil conseguir fazer com que o outro nos entenda. Parece que todos estão tão preocupados com suas próprias demandas que não conseguem separar um tempo, mesmo que pequeno, para buscar saber aquilo que envolve o outro. A tentativa agora será utilizar a Biblioteca de Tons de Voz, para compreender como os outros têm se comunicado pra que busque, em conjunto com a minha equipe, que sempre tenta uma entrega melhor mas acaba fazendo sempre o mesmo, encontrar uma saída para esse dilema. Não há grandes esperanças para conseguir, mas acho que talvez por meio do estudo consiga dar um passo, mesmo que pequeno.



34

## INTRIGANTE

*Mantenha sempre algo ainda por ser descoberto.*

### Descrição:

Nada é dito por completo e cada frase que revela também apresenta uma nova variável que não havia sido considerada antes, mas que agora parece fundamental.

### Dica do que fazer:

Frases abertas e pouco explicativas, reticências e ideias soltas criam o tom de que mais algo está por vir.

### Dica do que não fazer:

Cuidado para não fazer com que a atmosfera criada torne-se fonte de desconfiança e recusa perante o que diz.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Algumas ideias, quando nos deparamos com elas, conseguem mudar toda nossa visão do mundo. Mas não é exatamente o momento do contato que nos interessa. Queremos o momento seguinte. O silêncio depois de ver algo e o instante em que relacionamos aquela ideia com tudo o que nos é posto como verdade. Relacionar é criar conhecimento embasado, e, para fazer com que isso fosse possível, usamos a Biblioteca de Tons de Voz, uma ferramenta que ajuda a criar novos questionamentos e a vislumbrar o que mais pode ser feito. Formulamos, assim, as ideias, pensando no que é dito, mas também no que será entendido depois.



36

## LÓGICO

*Pense de maneira linear e apresente ideias claramente.*

### Descrição:

Todas as ações geram reações, e, ao conseguir prever tais acontecimentos, é possível organizar as ideias e fazer com que elas se direcionem aos resultados desejados.

### Dica do que fazer:

Sua clareza e linearidade são responsáveis por tornar-se referência naquilo que domina. Seja claro ao transmitir.

### Dica do que não fazer:

A racionalidade pode fazer com que se afaste de variáveis humanas e essas são fundamentais para criar viabilidade.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Nosso objetivo é conseguir criar uma comunicação acessível e familiar para nosso público. Para isso, encontramos a Biblioteca de Tons de Voz e aplicamos as dinâmicas indicadas como nossa metodologia. Após um número pré-estabelecido de encontros, estudamos nossas conclusões e chegamos ao resultado satisfatório para cumprir a necessidade inicial.



37

## LÚDICO

*Torne o mundo fantástico que criou uma realidade.*

### Descrição:

A maneira como vê o mundo é capaz de conquistas. Encarando tudo como novidade e possibilidade, consegue criar destinos encantadores para quem se depara com eles.

### Dica do que fazer:

Apresente o mundo que criou e faça com que as descrições aproximem-no de uma realidade a ser desejada.

### Dica do que não fazer:

Quando universos fogem da verossimilhança, passam a parecer somente mentirosos ou ilusórios.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Tudo está em movimento e, com um olhar atento, podemos criar um universo que nos é tão singular e próprio que consegue dialogar com a individualidade de cada um. Ao se dedicar a dar forma para algo que antes parecia inominável, faz com que tudo passe a parecer possível. Para nos ajudar a organizar essas ideias, usamos a Biblioteca de Tons de Voz. Com ela, foi possível encontrar os termos ideais para trazer para a realidade o que antes parecia tão distante. Juntamos ideias e pessoas e fizemos, assim, com que essa massa amorfa fosse sendo esculpida, até se tornar um reflexo de nossos valores.



39

## MAL-HUMORADO

*Faça com que seu azedume seja visível por todos.*

### Descrição:

Estar descontente perante aquilo que o cerca e a problemática do que houve demonstra um posicionamento e um descontentamento que pode, ou não, criar mudanças.

### Dica do que fazer:

Mostrar descontentamento faz com que se crie o questionamento perante situações que costumam somente ser aceitas.

### Dica do que não fazer:

Reclamações vazias tornam-se cansativas. Esteja alinhado ao seu propósito e tenha objetivo.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - E lá vamos nós pra mais uma tentativa de fazer com que as pessoas entendam o que a gente quer falar. Parece que todo o trabalho fica por conta de quem cria mesmo e ninguém se preocupa em ajudar nisso. Com a Biblioteca de Tons de Voz, procuramos saber um pouco mais de como as marcas se comunicam pra diminuir ainda mais o trabalho de quem está lendo e ver se assim as pessoas se dediquem, nem que seja minimamente. Para construir o nosso tom, dinâmicas em grupo são fundamentais, mas é preciso ter paciência pra conseguir coordenar isso e não tornar outra perda de tempo.



38

## MACABRO

*Perceba a beleza na que gera medo na maioria.*

### Descrição:

Aquilo que está para além das luzes é tema de curiosidade e interesse. Apresente sem receio de beirar o grotesco ou de deparar-se com pontos agudos de desconforto.

### Dica do que fazer:

Mostre o que é pouco abordado, aproprie-se de símbolos e temas marginalizados e permita a ousadia do criar.

### Dica do que não fazer:

O estranhamento virá e, ao tratar temas escusos, é preciso cuidado para não se posicionar de maneira ofensiva.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Há algo que ressoa entre todos, algo visceral que parece estar misturado nas nossas entranhas, mas poucos têm coragem de olhar realmente nos olhos. Somente quando perdemos o medo de chocar ao apresentar aquilo que tantos tentam fingir que não existe é que podemos dialogar diretamente com o que há de mais fundamental em cada indivíduo. Encontrar maneiras de colocar tais temas à luz é um exercício constante e a Biblioteca de Tons de Voz traz os comportamentos mais comuns às marcas e faz com que assim você, juntamente com sua equipe, possa saber como desvelar aquilo que gera estranhamento e mostrar a beleza e relevância no feio e no grotesco.



40

## MANIPULADOR

*Observe maneiras de convencê-los a fazer o que quer.*

### Descrição:

Direcionar o outro para os resultados que você considera melhores é saber como organizar os seus argumentos de maneira atrativa. Escolha o recorte que valorizará.

### Dica do que fazer:

Demonstre o melhor lado e enalteça-o. Mostre como isso é superior ao que é entregue por outros e torne-se distinto.

### Dica do que não fazer:

Relações tão fechadas e centralizadas tornam-se frágeis no momento em que há contato com o além.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Você só conseguirá se comunicar com assertividade se souber exatamente com quem deseja dialogar, mas esse trabalho é complexo demais para que seja feito somente por você. Pensando nisso, a Biblioteca de Tons de Voz foi criada para se tornar a sua melhor aliada nesse momento. Somente através de seu uso você conseguirá coordenar o seu trabalho e o de sua equipe para encontrar a melhor maneira de direcionar o seu discurso para o ponto de contato desejado. Encontre diretrizes claras para sua comunicação e permita que seu discurso ressoe com a ajuda desta ferramenta.



41

## MODESTO

*Reconheça sua posição e mantenha a abertura para crescer.*

### Descrição:

Ao se posicionar como quem tem limitações e disposição para aprender em conjunto, gera reconhecimento por quem partilha do momento e ideais.

### Dica do que fazer:

Esteja aberto a outros pontos de vista e crie questionamentos que tragam novas ideias a serem somadas.

### Dica do que não fazer:

A consciência e posição comedida podem ser confundidas com insegurança. Atenção às aberturas que cria ao redor.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Tentar fazer com que o outro saiba do que estamos falando é um exercício que irá nos acompanhar constantemente. Estaremos sempre neste processo de adequar a comunicação, alinhar os valores, conhecer o outro e descobrir a melhor forma de transmitir nossas ideias. A Biblioteca de Tons de Voz é uma das tantas maneiras que temos para melhorar esse processo. Com algumas aplicações de uso levadas pelas marcas, é possível ter uma ideia básica de como elas se comunicam e fazer com que isso possa ser um exemplo para o momento em que criaremos, de maneira conjunta, qual a melhor forma de transparecer aquilo no que acreditamos.



43

## NACIONALISTA

*Enaltece sua pátria e tudo o que há de bom nela.*

### Descrição:

Sua construção é reflexo da cultura e da pátria partilhada. Alimente o reconhecimento do outro, enaltecendo o que há de bom nessas ligações e descubra como valorizar.

### Dica do que fazer:

Descreva e apresente o que há de bom e encontre maneiras de mostrar como isso reflete na vivência individual.

### Dica do que não fazer:

Quando o orgulho deixa de ser racional, é fácil acabar caindo em um discurso ufanista e inalcançável.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - A língua portuguesa traz, em sua pluralidade, o reflexo de um povo diverso em seus contextos e apresentações culturais. Somos uma nação composta por muitos e sabermos nos comunicar com cada um desses recortes é fundamental para amplificar nosso alcance. Buscando auxiliar nesse processo, a Biblioteca de Tons de Voz foi desenvolvida para facilitar a escolha de tons e termos para a comunicação. Seu objetivo maior é permitir que, por meio do trabalho em grupo, entre você e sua equipe, seja possível encontrar a melhor maneira de conversar com o seu ponto de contato desejado.



42

## MOTIVACIONAL

*Transpareça a confiança que tem naquilo que faz.*

### Descrição:

Para além de acreditar no seu potencial de executar, você deve acreditar no potencial do outro em também partilhar dessas conquistas. Deixe isso claro para todos.

### Dica do que fazer:

Seja enfático e confiante ao dizer que o outro pode chegar onde deseja. Sua validação é fundamental para o sucesso.

### Dica do que não fazer:

Crie momentos de respiro no discurso animado. É preciso que haja pausas para que se possa continuar.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Todos temos boas ideias que desejamos transmitir ao outro, e, para que isso seja viável, é preciso confiar que se está construindo um diálogo da melhor maneira possível. Para que possamos caminhar juntos nesse trabalho, a Biblioteca de Tons de Voz foi desenvolvida como uma ferramenta para que se possa ver, de maneira clara, quais são os pontos-chave de cada tom de voz e, para oferecer um desempenho pleno, deve ser utilizada em grupo, de maneira a somar as bagagens pessoais e valorizar cada conhecimento individual, para que possamos, assim, construir uma forma conjunta e adequada ao objetivo.



44

## NONSENSE

*Saiba o objetivo, mas não se prenda ao sentido.*

### Descrição:

A coerência é superestimada. Encontre maneiras de apresentar temas diversos e fazer com que a primeira reação seja o estranhamento, para que depois crie proximidade.

### Dica do que fazer:

Crie correlações que não são lineares ou óbvias. Não se prive de excessos ou do que é considerado "tosco" pela maioria.

### Dica do que não fazer:

É preciso ser compreendido por alguém para que possa ressoar. Saiba o que é valioso para quem te interessa.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - A gente tem que se preocupar com como o outro entende aquilo o que falamos, porque senão estamos falando na venda de papéis e, ao invés de comprar, a pessoa se preocupa com a utilidade do papel no mundo contemporâneo. Realmente, o uso do papel deve ter diminuído porque estamos cada vez mais digitais. Talvez as crianças nem saibam mais reconhecer letras cursivas, isso seria um bom objeto de estudo, que nem a Biblioteca de Tons de Voz, que se preocupou em estudar como as marcas se comunicam e vamos usá-la aqui no grupo para descobrir como fazer com que o nosso discurso alcance um público maior.



45

## PERMISSIVO

*Ofereça a liberdade necessária para expressar.*

### Descrição:

Todos os temas e formas têm a sua importância e conseguir oferecer esse espaço para elas possibilita um ambiente confortável para trocas e crescimento conjunto.

### Dica do que fazer:

Cada discurso tem um ponto que defende. Apresente um lado sem criar comparativos com os que se opõem.

### Dica do que não fazer:

Nunca se esqueça de que os valores os quais norteiam a humanidade são fundamentais. Gerar abertura não deve habilitar ataques.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Algumas coisas parecem que são só nossas. Ideias que nos deixam até mesmo solitários por acreditarmos que mais ninguém partilha daquele desejo. Mas aqui a gente sabe que, se você fizer a sua ideia ganhar espaço, ela, com certeza, alcançará um outro alguém que nela também se alinhe. Não há o que seja proibido ao pensamento e saber como chegar em alguém mais que esteja disposto é um grande exercício. Para isso, usamos a Biblioteca de Tons de Voz, que, em atividades grupais, nos permite construir esse alinhamento e espaço de abertura.



47

## POSITIVO

*Veja o lado bom sempre como prioritário.*

### Descrição:

Encontrar esperança e validar as pequenas vitórias das situações traz leveza e contentamento. Consegue assimilar aquilo que acontece e encontra crescimento.

### Dica do que fazer:

Apresentar a situação e ponderar o que há de positivo permite um olhar mais animado diante das adversidades.

### Dica do que não fazer:

Somente observar o que há de bom pode soar como alienado, quando visto num espectro e contexto maior.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Trabalhando de maneira cuidadosa com a comunicação do seu projeto, as diferentes formas de organizar o discurso deixam de ser um problema a ser encarado e passam a ser aquilo que o diferencia e torna especial. Encontrar o seu espaço, sua maneira de se comunicar e de fazer com que os desejos sejam compartilhados, permite que você se alinhe com outros que também desejam a mesma mudança que você. E, para ajudar nesse processo, a Biblioteca de Tons de Voz foi desenvolvida para que encontre pontos em comum na comunicação das marcas e possa, por meio de dinâmicas que consideram o construir conjunto, encontrar qual o tom ideal para você e seu público.



46

## PLURAL

*Compreenda e acolha o que há de diferente.*

### Descrição:

Singularidades devem ser consideradas. Ver valor e beleza naquilo que é diferente potencializa o alcance e gera um movimento de cocriação pelo reconhecimento.

### Dica do que fazer:

Valorize o que há de diferente entre o todo. Exalte o que há de diverso e os resultados que isso gera.

### Dica do que não fazer:

Discurso sem estudo ou vivência pode gerar uma militância vazia perante situações ou ações.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Aquilo que nos diferencia do todo é, também, o que nos aproxima de grupos específicos. Saber que cada ponto compartilhado é uma possibilidade para trabalhar valores, vivências e diagnosticar necessidades permite que a comunicação seja entendida de maneira clara ao público desejado. A Biblioteca de Tons de Voz foi desenvolvida, então, para que possamos fazer esse diagnóstico na comunicação das marcas e encontrar, de maneira conjunta, quais são os melhores pontos, formas e estruturas para que possamos nos fazer entender por quem está conosco nessa jornada.



48

## PROVOCADOR

*Crie questionamentos e gere a mudança que deseja.*

### Descrição:

Buscar sempre o que mais pode ser dito acerca do tema e incitar no outro o desejo de questionar valida o sentimento de valorização do pensamento conjunto.

### Dica do que fazer:

Encontre o que assumiram como imutável e debruce sua atenção acerca do que mais pode ser pensado sobre aquilo.

### Dica do que não fazer:

Desafiar para uma mudança sem prever o que pode ser gerado é capaz de fazer com que o resultado seja inimaginável.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Conseguir se comunicar de maneira clara com o público que deseja não é uma habilidade que todos podem exercer ao construir uma fala. Estar entre aqueles que percebem qual a melhor maneira de fazer e conseguem aplicar tais saberes ao criar um texto é um diferencial dado a poucos. Para auxiliar nesse processo, a Biblioteca de Tons de Voz é uma ferramenta fundamental para alimentar os questionamentos mais inerentes. Com ela e o trabalho conjunto com sua equipe, você poderá tentar fazer parte do restrito grupo de pessoas que sabe como utilizar as palavras para atingir exatamente o público desejado.





49

## RADICAL

*Vá ao fundo das questões e encontre o que a motiva.*

### Descrição:

Aquilo que há de mais profundo em uma questão é, também, a base para os desdobramentos posteriores. Conhecer aquilo que comunica faz com que transpareça segurança.

### Dica do que fazer:

Pesquise e mostre o que há de mais fundamental naquilo que defende. Conhecer e apresentar as bases cria alicerce.

### Dica do que não fazer:

Ao não se permitir considerar o novo, é possível que seu discurso não seja visto como viável para a realidade atual.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Quem não sabe sobre o que fala e com quem fala não é compreendido. Esse é um conceito primordial da comunicação e somente tendo conhecimento de quais são as possíveis variáveis e como elas podem se comportar é possível fazer com que seja compreendido por quem deseja. Para auxiliar nesse processo, a Biblioteca de Tons de Voz foi desenvolvida para iluminar alguns aspectos essenciais da comunicação, assim como permitir que, através de um processo de cocriação, seja possível saber exatamente o que motiva cada grupo e como fazer com que esse se reconheça em sua fala.



51

## REQUINTADO

*Descubra maneiras de diferenciar-se perante os demais.*

### Descrição:

Ser elevado e manter uma fala rebuscada faz com que o seu valor esteja associado ao distanciamento e ao desejo perante o inalcançável. A posição que ocupa gera interesse e cobiça.

### Dica do que fazer:

Permita-se ser rebuscado ao se comunicar diretamente com aquele que deseja. Eleve o valor e crie distanciamento.

### Dica do que não fazer:

A arrogância pode ir além do esperado e, mesmo quem deveria compreender, pode sentir-se rechaçado.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Muitos querem ser majestosos mas, se todos fossem, o valor não mais existiria. Conseguir estar em uma posição elevada como a que estamos é fruto de nosso mérito e sabemos que muitos desejam nos acompanhar nesse brilho. Destacamo-nos por aquilo que fazemos porque o fazemos com esmero. Para conseguir transmitir isso, a Biblioteca de Tons de Voz foi de grande ajuda. Compreender com quem desejávamos falar e criar um discurso alinhado a eles. Nos reunimos para as dinâmicas e alinhamos, assim, o que era imprescindível para nos definir.



50

## REFLEXIVO

*Pondere como pode ser recebido e promova diálogo.*

### Descrição:

Saber como as ideias ressoam e fazer com que o seu enfoque principal, assim como os resultados, possam ser considerados no momento de expor pontos de vista múltiplos.

### Dica do que fazer:

Permita-se alternar entre os lados apresentados e ofereça tempo para se silenciar antes de se posicionar.

### Dica do que não fazer:

O tempo para comunicar-se é fundamental. Eventualmente, é preciso ousar para que seja considerado relevante.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Antes de decidir por qual caminho seguir, é preciso conhecer todas as variáveis. Baseados em muito estudo, organização e eleição de quais as melhores estratégias, escolhemos uma linguagem para aplicar na comunicação. Esperamos que, por meio dela, possamos atingir um número maior de pessoas e fazer com que elas entendam quais são as nossas diretrizes. Para fundamentar nosso estudo, foi utilizada a Biblioteca de Tons de Voz, aplicada diversas vezes em dinâmicas coletivas que possibilitaram a conclusão a que chegamos.



52

## RUDIMENTAR

*Abra mão do fútil e permita-se ser natural.*

### Descrição:

Não é preciso fazer rodeios para apresentar aquilo que deseja. A proximidade e visceralidade da fala deixam o discurso próximo e, eventualmente, rudimentar.

### Dica do que fazer:

Com frases curtas, simples e vocabulário comum, consegue alcançar mais pessoas ao aproximar discurso e vivência.

### Dica do que não fazer:

O discurso pode ser visto como instrumentalista e raso, ao não embasar aquilo o que é falado e perde, assim, credibilidade.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Pra que as pessoas nos entendam precisamos falar como elas. Pra isso é preciso estudar diferentes comunicações, fazer um plano e aplicar no jeito que a gente transmite as informações. Uma ferramenta importante para esse estudo é a Biblioteca de Tons de Voz, que traz somado o panorama e as dinâmicas que iremos aplicar para o grupo envolvido.



53

## SARCÁSTICO

*Faça da ironia sua ferramenta de distanciamento.*

### Descrição:

Aquilo no que acredita e a forma como fala está sempre em uma ligação paradoxal. Faça com que a fala gere incômodo, para que seja interpretado para além do dito.

### Dica do que fazer:

Satírico e jocoso, consegue levar o questionamento e estranhamento para o que é normalmente visto como imutável.

### Dica do que não fazer:

O entendimento nem sempre é evidente para todos e, eventualmente, pode ser levado a sério quando não se deseja.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Fale de qualquer jeito e veja no que dá. Afinal, não é porque você quer alcançar um público, potencializar as vendas ou encontrar destaque que você precisa se preocupar com como as suas ideias são recebidas, não é mesmo? Isso é um problema de quem está lendo ou consumindo. Pra que dedicar seu tempo para trabalhar com a Biblioteca de Tons de Voz para conhecer as diretrizes mais comuns às maiores marcas do mercado ou validar as ideias da sua equipe em um pensamento conjunto, se as suas verdades pessoais são maiores do que as de todo mundo e você não precisa de ajuda pra nada?



55

## SEDUTOR

*Envolve o outro para que tenha sua atenção e vontade.*

### Descrição:

Alimente o desejo de estar contigo. Valorize os pontos positivos e gere a vontade de se ter uma jornada compartilhada. O ímpeto dita as ações a serem tomadas.

### Dica do que fazer:

Dê ênfase para as experiências. Ao oferecer vivências que podem ser partilhadas, faz com que o desejo torne-se latente.

### Dica do que não fazer:

Para ser sedutor, é preciso cuidado ao fazer um discurso que pareça conversar com individualidades.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Eu sei o que você deseja: falar, ser ouvido, encantar e trazer o outro pra mais perto. Algo como um sussurro que tenha sido feito pontualmente para você e arpie quando é ouvido. As necessidades, vontades e latências devem ser consideradas. A satisfação é o único objetivo. Venha com a Biblioteca de Tons de Voz, que traz as diretrizes mais fundamentais do comportamento verbal das marcas, e descubra, em conjunto, como dar vida aos desejos. A sua clareza é parte do cuidado para que cada troca seja prazerosa e os deixe com vontade de mais.



54

## SAUDOSO

*Lembre-se do passado e valorize-o constantemente.*

### Descrição:

O momento que já foi vivido é lido como superado e como mais seguro do que a incerteza do quanto está por vir. Encontre os pontos positivos e valorize-os.

### Dica do que fazer:

A saudade é valiosa, relembre e compare com o hoje para ativar a falta de um passado que já foi melhor.

### Dica do que não fazer:

Quando o discurso é específico, ele também se torna excludente. Equilibre para não se ficar datado.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Antes, quando falávamos com alguém, havia maior contato. Na maioria das vezes, conseguíamos saber exatamente a pessoa que estava do outro lado, onde vivia, do que gostava ou como ela lidava com as questões da vida. Agora, a comunicação é muito mais aberta. É difícil saber onde cada frase irá chegar e isso faz com que a gente acabe se perdendo entre diversas produções. A Biblioteca de Tons de Voz tem como objetivo mostrar um estudo acerca das diretrizes de comunicação mais comuns entre as marcas e permitir, assim, que, por meio do conhecimento e criação conjunta de um tom de voz único, as pessoas que se depararem com nossos discursos possam se sentir mais próximas, como se aquela fala fosse feita para ela, como acontecia antes.



56

## TÉCNICO

*Use sua especificidade para ser ouvido e considerado.*

### Descrição:

Há um objetivo na comunicação e apresentar esse conhecimento vai além de um juízo de valores. Transmita de maneira prática o que deve ser feito.

### Dica do que fazer:

Para expor o saber científico, apresente as referências que validam o que é dito e embase argumentos diretamente.

### Dica do que não fazer:

O discurso frio e empírico pode causar estranhamento. Cuidado para não invalidar o aspecto humano e subjetivo.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Para criar textos de fácil entendimento ao seu público e conseguir fazer com que seja entendido é preciso: conhecer o público, saber o que deseja transmitir e conhecer os meandros da língua e idioma escolhidos. Obtenha auxílio nesse processo com a Biblioteca de Tons de Voz, que te direciona no entendimento da comunicação vigente das marcas, de maneira que consiga espelhar, da forma desejada, no seu projeto. Compreenda, desenvolva dinâmicas em grupo e encontre como deve se apresentar para o seu público, seguindo as diretrizes indicadas.



57

## TENTADOR

*Motive o desejo do outro de crescer através de conquistas.*

### Descrição:

O ponto que conquistou é motivo de orgulho, mas também é combustível para gerar no outro o desejo de encontrar-se em uma posição semelhante.

### Dica do que fazer:

Partilhe das suas narrativas e conte as histórias que te levaram até as conquistas que tem hoje, para criar um movimento.

### Dica do que não fazer:

Cuidado com a tentativa de higienizar as histórias e desconsiderar que cada um tem seus recortes e dores.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Um momento de equilíbrio é possível e tangível. Por vezes, a gente se esquece disso, parece que nos distanciamos do que era o objetivo primeiro, para que possamos nos fazer entender, mas o que parece inalcançável é somente questão de esforço. A Biblioteca de Tons de Voz nos ajudou nesse processo, que nem sempre é simples, mas que deve ser constante. Utilizamos em dinâmicas de grupos e sabemos que você também pode reunir aqueles que partilham de suas ideias para que este caminho seja traçado. Se permita fazer e acredite que, através da sua dedicação, algo melhor está por vir.



59

## VENCEDOR

*Inspire para que outros almejem aquela capacidade.*

### Descrição:

Implique valor na sua condição de destaque e mostre que o pódio é um lugar almejado, mas que também pode ser alcançado por quem se dispõe ao esforço necessário.

### Dica do que fazer:

Motive aquele que cruza seu caminho. Reconheça as dores do outro e encontre nelas a inspiração para prosseguir.

### Dica do que não fazer:

Não desconsidere individualidades. Conselhos podem ser bem-vindos, mas não se aplicam igualmente a todos.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Chegar aqui não foi fácil. Todo mundo quer a medalha de vencedor, mas poucos estão dispostos a passar por todo o processo até chegar neste lugar. Foi muito esforço e dedicação para conseguirmos alcançar o que desejávamos, mas aqui estamos nós, na posição que merecemos e nos orgulhamos muito disso. Para ter a capacidade de transmitir isso, usamos a Biblioteca de Tons de Voz, que mostrou não só o resultado, mas apresentou quais eram os caminhos que tínhamos que percorrer para chegar nele. Foi difícil, mas com muito trabalho conjunto conseguimos definir nossa meta e alcançá-la.



58

## TRANQUILO

*Mostre como transparecer sua calma e serenidade.*

### Descrição:

Distante das paixões que podem cegar, mantenha a serenidade ao encarar os assuntos, e descubra qual a melhor maneira de se posicionar perante os temas apresentados.

### Dica do que fazer:

Frases objetivas e pouco adjetivadas ajudam a não transparecer emoções ou alterar-se quando está em desacordo.

### Dica do que não fazer:

A serenidade pode ser vista como o distanciamento de quem não se importa com o que está posto em debate.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - Com ajustes constantes, sem medo de errar e muita paciência, é possível lapidar a sua comunicação de maneira a encontrar a melhor forma possível para se fazer compreender e trazer mais integrantes para o movimento que deseja criar. Para auxiliar nesse processo, a Biblioteca de Tons de Voz é uma importante ferramenta de mapeamento das principais frentes de comunicação das marcas, assim como uma estrutura aberta para o desenvolvimento de dinâmicas de grupo que permitem transparecer seus valores e atingir aqueles que mais te interessam.



60

## VIBRANTE

*Contagie quem te rodeia com a alegria que transborda.*

### Descrição:

Há algo de positivo em tudo o que é dito. Faça com que o discurso alavanque o sentimento otimista de que é possível encontrar algo de bom em cada vivência.

### Dica do que fazer:

Frases afirmativas permitem que, mesmo em um momento de desistência, seja ativado o sentimento de possibilidade.

### Dica do que não fazer:

Somente ser positivo e não considerar os problemas do caminho faz com que o discurso pareça irreal.

### Como uma mesma ideia pode ser apresentada:

A Ecco - A gente sabe que você também tem alguma ideia incrível que tá aí, incubada, esperando somente pra ser falada e ganhar o mundo. Com a gente também era assim, parecia que as ideias ficavam presas na garganta e sem saber como falar, elas simplesmente ficavam ali, aguardando o momento perfeito. Então, o momento perfeito não existe, não. Acredite, a gente sabe! Mas o que existe é a coragem pra falar. Essa coragem não vem do nada, ela vem da segurança e essa segurança nasce no conhecimento. Com a Biblioteca de Tons de Voz, conseguimos compreender como as marcas se comunicam e encontramos, assim, junto com o grupo, como nós desejávamos fazer nossas ideias ganharem o mundo. Vai, agora é sua vez!







## PARA REALIZAR E TRANSFORMAR SUAS DINÂMICAS

A partir desta página, você encontrará os quatro principais métodos de utilização que recomendamos para todas as nossas ferramentas. Verifique com antecedência como cada formato atenderá suas necessidades e aproveite para projetos futuros.

Para realizar dinâmicas remotamente com a sua equipe ou clientes, recomendamos as seguintes plataformas: [www.miro.com](http://www.miro.com) e [www.mural.co](http://www.mural.co)

Boas dinâmicas!



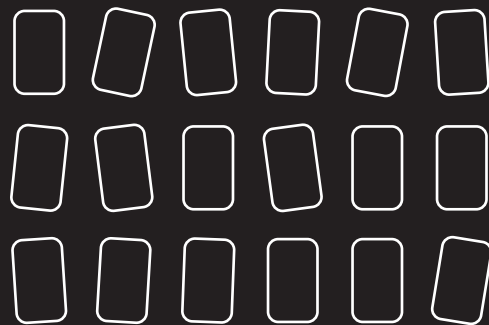


## MÉTODO: DISCUSSÃO

### Descrição:

Conhecimentos criados e desenvolvidos em conjunto sempre possibilitam um olhar que vai além da bagagem inicial, para que seja possível encontrar outros pontos de vista, ou mesmo diferenciais, e diagnosticar atritos que poderiam vir a ocorrer. É interessante alinhar um grupo que esteja inteirado do assunto e propor uma discussão para seleção. Nesse momento, poderá ter ocorrido uma escolha anterior, ou não. Ambos os caminhos podem ser lucrativos para o desenvolvimento do projeto.

O que é fundamental aqui é ter clareza acerca de qual seja o desafio que se apresenta. O que desejamos construir, quais os resultados esperados, ou mesmo como deveremos proceder mediante quaisquer adversidades. Cada integrante do grupo é responsável por uma visão única e singular e esta deverá ser considerada no momento de escolha. Nenhuma ideia é ruim e nenhum questionamento deve ser ignorado.



- 1 Enquadre um desafio para a dinâmica.
- 2 Selecione os cards para a discussão.
- 3 Comece a debater e levantar hipóteses.



The Ugly Lab  
@theuglylab



1-10 60min

*Uma dica: O enquadramento adequado do seu desafio é fundamental para o seu sucesso. Veja como fazer isso da maneira certa no site da IDEO.org [DesignKit]:*  
<https://www.designkit.org/methods/frame-your-design-challenge>

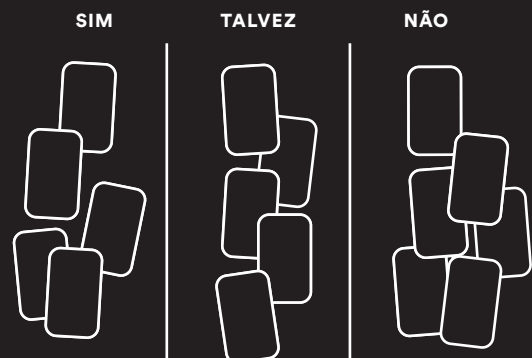


## MÉTODO: STN - SIM, TALVEZ OU NÃO

### Descrição:

O processo de escolha é também um movimento de gradação. Quando pensamos na apresentação de algo novo, ou na análise de algo que nos apresentaram, podemos diagnosticar quais seriam as características fundamentais para defini-la.

Aqui trabalhamos com três conceitos fundamentais: o SIM absoluto representa algo que não poderia deixar de ser associado, uma característica que se apresenta de maneira intrínseca e latente; o NÃO absoluto é fundamental para que saibamos com o que não podemos ser associados, algo que, em alguma instância, poderia manchar a imagem do projeto, indo contra seus valores; e o TALVEZ se apresenta como a zona cinzenta que pode ou não ser associada com o objeto, de acordo com a necessidade daquele momento em específico.



- 1 Seleccione os cards mais apropriados.
- 2 Discuta e classifique em 3 colunas [STN].
- 3 Faça triagens e colete justificativas.



The Ugly Lab  
@theuglylab



1-10



45min

Uma dica: Você pode buscar outros formatos de métodos inspirados em Card Sorting / Priorização. Há inúmeras referências por aí, o SDT é um exemplo:  
<https://servicedesigntools.org/tools/card-sorting>



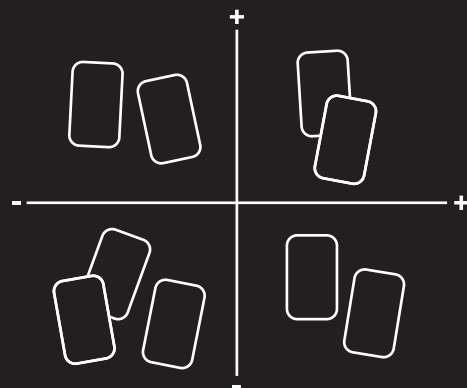
## MÉTODO: GRID [2X2]

### Descrição:

Definir polos do que seria mais ou menos importante, assim como o que estaria mais ou menos alinhado com onde desejamos chegar é uma estratégia para observar variáveis.

Para auxiliar na execução, você pode desenhar um eixo com quatro quadrantes e separar entre importância e assertividade. Dessa maneira, conseguirá diagnosticar quais seriam as características mais importantes e assertivas; mais assertivas, porém irrelevantes; mais importantes, mas que caminham para longe daquilo o que acreditamos, ou tantos outros desdobramentos.

Ter clareza acerca da fonte de importância auxilia o processo criativo de maneira ordenada e clara para estudos futuros.



- 1 Seleccione os cards mais apropriados.
- 2 Estructure o grid adequado para o projeto.
- 3 Discuta e organize os cards nos quadrantes.
- 4 Faça triagens e colete justificativas.



The Ugly Lab  
@theuglylab



1-10



60min

Uma dica: O Grid 2x2 é muito utilizado para desenhar cenários em projetos de construção de marca. Separamos um link da ProductPlan para te ajudar:  
<https://www.productplan.com/glossary/2x2-prioritization-matrix>



## MÉTODO: LINHA DO TEMPO

### Descrição:

O passar do tempo é fundamental para que consigamos observar processos evolutivos, assim como tentar prever onde estaremos, de acordo com as necessidades que poderão ser criadas. Para termos uma visão acerca do uso de atributos no decorrer do tempo, podemos construir uma linha datada. É indiferente para a estruturação da dinâmica se iremos nos referir ao tempo passado ou futuro, o importante é diagnosticar pontos cruciais na linha e alocá-los de maneira correta nela.

Cada ponto de importância provavelmente poderá se associar a uma ou mais cartas e, à medida que o tempo passa, elas vão se alterando mediante a necessidade. Se tomarmos marcas como exemplo, podemos utilizar campanhas importantes para diagnosticar momentos de virada do posicionamento, imagem ou interação com o público com o qual se relaciona. Podemos aqui ter cases de sucesso ou não como material analisado.



The Ugly Lab  
@theuglylab

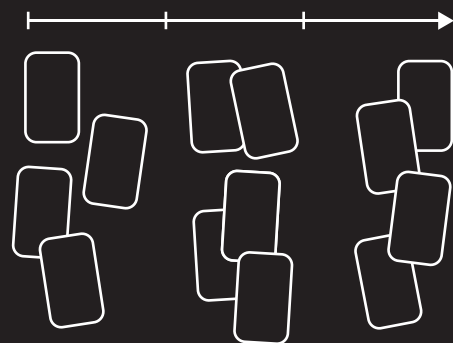


1-10



45min

*Uma dica: Definir o que é passado, presente e futuro antes da utilização deste método é fundamental. Leve em consideração o contexto do projeto para desenhar a linha do tempo. Você também poderá usar outros termos: Residual, Dominante e Emergente.*



- 1 Seleccione os cards mais apropriados.
- 2 Estructure uma linha do tempo contextual.
- 3 Discuta e organize cronologicamente.
- 4 Faça triagens e colete justificativas.