

**Carlos Prates**

*Livro de Comunicação,  
Oratória e Marketing Pessoal:*

**Falando em Público**  
**com Sucesso**

**Como tornar-se um campeão da oratória.**

Copyright 2005 José Carlos Prates Ribeiro  
Registro 270.689 Biblioteca Nacional

# Sumário

Nota do autor, 4

## Capítulo 1

Por que temos medo de falar em público?, 5  
Como vencer o medo, 5  
O que você tem a ganhar, 7  
Questionário para avaliar a sua comunicação, 7  
Quem não se comunica..., 9  
Comunicação clara, objetiva e atraente  
(aprenda com os telejornais), 10

## Capítulo 2

O corpo fala, 12  
Como exercitar os seus gestos, 13  
Voz: importância e os cuidados, 14  
Vícios de linguagem e como evitá-los, 15  
Avalie a sua maneira de falar, 16  
Exercícios para a sua voz  
(como saborear as palavras), 17  
Exercícios para quem fala lleennttoo  
ou tem a língua “plesa”, 20  
Como ler mais e melhor, 20

## Capítulo 3

Como desenvolver a comunicação interpessoal, 22  
Você sabe ouvir? 22  
Coloque-se no lugar do seu interlocutor, 22  
A força do pronome “Nós”, 23  
Uso do humor, 23  
Planejando a sua comunicação, 23  
Como estruturar o seu discurso ou palestra, 24  
Falar de improviso, 26  
Exercícios para falar de improviso, 26  
Use a sua criatividade para comunicar, 27

## **Capítulo 4**

Como usar os recursos audiovisuais  
(datashow, retroprojektor, microfone, flipchat), 30  
Perfil da sua platéia, 35  
Motivando os ouvintes, 37  
Como ser persuasivo ao falar, 38  
O carisma do comunicador, 39  
Exercícios para você praticar em casa e no trabalho, 40

## **Capítulo 5**

Você é uma marca: - Saiba valorizá-la, 41  
Você faz marketing pessoal?, 41  
Faça a sua própria avaliação, 43  
Mensagem final, 44  
Bibliografia, 46

## Nota do autor

Ao publicarmos este livro, desejamos tornar acessível ao maior número de pessoas, conhecimentos relacionados à comunicação interpessoal, oratória e marketing pessoal. Temos convicção que eles serão importantes para as suas habilidades e competências profissionais e pessoais.

Clareza, objetividade e praticidade – eis as palavras-chave para descrever este livro. Após auxiliarmos no desenvolvimento de centenas de pessoas, selecionamos as informações, exercícios práticos e técnicas mais eficazes para quem deseja vencer a timidez, falar em público e situações cotidianas, com entusiasmo e clareza.

Ao desenvolver ou aprimorar estas habilidades você irá persuadir, emocionar, melhorar os seus relacionamentos interpessoais e valorizar a sua imagem pessoal e profissional nas mais diversas situações no mundo do trabalho e eventos sociais.

Deixamos em branco o verso das páginas para que você possa fazer anotações complementares, traçar metas e praticar exercícios.

Finalizando, desejamos ressaltar que somente o treino e a persistência serão capazes de torná-lo um grande comunicador. Torcemos pelo seu sucesso e estamos a sua disposição para maiores esclarecimentos.

**Um forte abraço, vá em frente e sucesso!**

***Carlos Prates***

www.ibahia.com (Blog de Empregos)  
pratescarlos@uol.com.br

# Capítulo 1

## Por que temos medo de falar em público?

Pesquisas afirmam que, depois da morte, o maior medo do Ser Humano é o de falar em público. Este medo é atribuído à preocupação que temos de não sermos aceitos pelos ouvintes, medo de falhar e conseqüentemente sofrer hostilidades e medo do ridículo. Os mais tímidos não suportam ser o centro das atenções e muitos se consideram inferiores aos ouvintes.

Entretanto, muitos de nossos alunos afirmam que as causas mais fortes para os seus medos estão relacionadas com situações desfavoráveis no passado, geralmente na infância, tendo como cenários as suas residências e escolas. Aqui estão alguns depoimentos: **“meus pais são tímidos (ou autoritários)”**; **“meu professor e alguns colegas zombavam da minha voz porque eu gaguejava”**; **“eu não me achava bonita e não gostava do meu corpo”**; **“os colegas diziam que para eu ser burro só faltava comer capim”**.

Em função do medo, o nosso corpo libera uma grande quantidade de adrenalina e podemos sentir a boca seca, o coração bater acelerado, tremores, “dá um branco” e as idéias desaparecerem, um vazio no estômago, suarmos frio ou exageradamente, sensação de que o chão está afundando, entre outras. Não fique triste e não se desespere que isso pode ser resolvido e acontece com milhares de pessoas.

Os tempos mudaram, os pais e os professores também e chegou o momento de vencermos este medo. Antes de darmos algumas dicas e técnicas,  você deve estar consciente que somente o treino e a sua persistência serão capazes de ajudá-lo na melhoria da comunicação interpessoal.

### Como vencer o medo

1. Treine antecipadamente e conheça ao máximo o assunto que irá falar, procurando gravar (em vídeo ou gravador) as suas apresentações e analise o conteúdo e a forma. Algumas palavras são péssimas para

serem faladas e aquilo que está claro na escrita pode deixar dúvidas na comunicação verbal. O ouvido é seletivo e algumas palavras se perdem. Fale de maneira clara e os aspectos mais importantes devem ser repetidos para serem fixados no cérebro do ouvinte;

2. Tem um ditado popular que diz - “Mineiro não perde o trem”. Complementamos dizendo que o orador preparado e que chega cedo, também. Chegue antes ao local da sua apresentação, faça a sua voz propagar no ambiente, crie imagens positivas em seu cérebro, sinta o cheiro, teste antecipadamente os equipamentos que irá utilizar. Nas nossas apresentações temos por hábito receber as pessoas que prestigiam os nossos cursos e palestras. Com isso objetivamos “quebrar o gelo” e ao mesmo tempo tornamos familiares ao público. Experimente fazer o mesmo, pois você irá gostar e os ouvintes idem;
3. Os principais tópicos da sua apresentação devem ser escritos em uma ficha ou papel mais grosso (120 ou 180 gramas), para não tremular se você estiver nervoso, objetivando utilizar a qualquer momento ou até mesmo para que você sinta mais seguro. Resista à tentação e ficar olhando o papel a todo instante e com isso perder a espontaneidade e transmitir insegurança;
4. Ao ser apresentado ao público não se precipite para iniciar a sua comunicação, indo direto ao assunto. Procure olhar para as pessoas que estão do lado esquerdo, no centro e à direita. Respire suave e lentamente. Aos poucos a adrenalina vai baixando e os sintomas tenderão a diminuir ou desaparecerem;
5. Se estiver muito nervoso, segure uma caneta (exceto a que faz tic tac) e contraia os dedos dos pés se os mesmos estiverem completamente cobertos, objetivando deslocar as tensões para o chão. Após alguns minutos os sintomas desconfortáveis vão diminuindo e você se sentirá melhor;
6. Se você esquecer o que vai dizer – o famoso “branco”, procure ficar tranqüilo e use a seguinte frase: “.. pois bem, como estava dizendo...” e complemente com palavras que estejam relacionadas ao tema da sua apresentação. Mais adiante você encontrará a palavra que estava procurando. Uma outra técnica que utilizamos é aproveitar para beber um pouco de água (o copo deve estar ao seu lado) e, lentamente, enquanto bebemos a água, procuramos lembrar das palavras ou assunto.

## O que você tem a ganhar

Melhorando a sua comunicação interpessoal você adquire novas habilidades profissionais: dar aulas, fazer palestras, ir à televisão e ao rádio, gerenciar pessoas, entrar para a política, atuar como vendedor, atender clientes, entre outras. Na vida pessoal você melhora o seu relacionamento familiar, estimula a sua criatividade, eleva a sua auto-estima, tornando-se mais atraente e admirado pelos amigos.

### Questionário para avaliar a sua comunicação

Agora, você deverá preencher este questionário, pessoal e confidencial, objetivando fazer um radiografia do seu atual estágio de comunicação. A cada apresentação em público, faça a sua auto-avaliação e troque idéias com amigos e parentes sobre o seu desempenho.

1) Você se acha tímido a ponto de recusar um convite para fazer uma palestra, dar uma aula, ser entrevistado na TV ou rádio, coordenar uma reunião?

sim                       não                       situações não vivenciadas

2) Em caso afirmativo, a quais motivos você atribui a sua timidez?

- medo de ser rejeitado pelo público ou falhar na comunicação
- falta de estímulos dos pais, amigos e professores
- lembranças de situações desagradáveis
- outros motivos

3) Quais reações corporais você sente quando é o centro das atenções ou comunica-se num grupo de pessoas, sentado ou em pé?

- o coração bate acelerado
- seu corpo transpira exageradamente
- o rosto fica vermelho
- a voz diminui e/ou começa a gaguejar
- as mãos e as pernas tremem
- outras reações

4) Você se lembra de ter perdido algumas das chances abaixo mencionadas, em virtude da timidez ou comunicação inadequada?

- entrevista de emprego ou estágio
- namorado(a)
- uma promoção
- deixou de trabalhar com vendas e ganhar dinheiro
- relacionar melhor com os familiares e amigos
- não foi à festa, inauguração, show . etc
- apresentações na escola, faculdade ou universidade
- outras chances

5) O que você não gosta no seu corpo ou na sua personalidade e acha que o impede ou dificulta a sua comunicação no dia-a-dia ou nas apresentações em público?

- você se acha feio
- o seu corpo é gordo ou magro demais
- a sua estatura corporal é alta ou baixa
- você fala lento ou rápido demais
- você é arrogante e gosta de ser o dono da verdade
- tem um temperamento explosivo e não aceita ser contestado
- outros motivos

6) Ao melhorar a comunicação e/ou vencer a timidez, quais as suas principais metas pessoais e profissionais?

- dar aulas, palestras, entrevistas para televisão ou rádio
- fazer novos amigos, arranjar um namorado(a), dançar
- trabalhar com vendas e atender clientes
- participar de entrevistas para conseguir emprego ou promoção
- aprimorar ou iniciar uma carreira política
- melhorar o seu relacionamento familiar
- outras metas

Utilize o verso da página para os comentários que julgar necessários ou formular perguntas não contempladas anteriormente.



## Quem não se comunica ...

**A**belardo Barbosa, o nosso querido Chacrinha, um dos maiores comunicadores do rádio e da televisão brasileira, afirmou: “quem não se comunica, se trumbica”.

Para você não se “trumbicar”, preste muita atenção ao que diz o dicionário de Aurélio: **Comunicação** – Ato ou efeito de emitir, transmitir e receber mensagem por meio da linguagem falada, escrita ou de sinais, signos ou símbolos. Para que aja comunicação tem que existir entendimento da mensagem.

**David Ogilvy, um dos maiores publicitários do mundo, escreveu o seguinte: “...comunicação não é o que nós falamos, mas o que as pessoas entendem”.**

A obrigação de se fazer entender é de quem emite a mensagem e não da pessoa que a recebe. Portanto, senhores professores, palestrantes, médicos, advogados, economistas, bancários, técnicos em informática, entre outros profissionais, é bom ficarem atentos.

Na comunicação nós temos o **emissor**, o **receptor** e o **meio** que utilizamos para fazer a **mensagem** chegar ao ouvinte. Vamos imaginar a seguinte situação: você foi convidado para fazer uma palestra sobre o tema como falar em público. O local é um auditório e você deverá utilizar microfone e recursos audiovisuais. Neste exemplo, você será o emissor da mensagem, o público que estiver no auditório será o receptor da mensagem e o seu corpo (voz, olhar, gestos, roupa) e todos os recursos audiovisuais que utilizar passarão a ser os meios.

## **Comunicação clara, objetiva e atraente (aprenda com os telejornais)**

Um dos exercícios que recomendamos para os alunos é o de gravar, integralmente, todos os telejornais das principais emissoras de televisão e em seguida analisar os aspectos:

1. Expressões faciais e os gestos dos apresentadores;
2. Como eles se vestem e combinam as cores das roupas com as cores do cenário, penteado dos cabelos, maquiagem, iluminação do local, etc;
3. Volume, ritmo e inflexão da voz;
4. A clareza e objetividade do texto;
5. Utilização de recursos audiovisuais e como eles complementam o que está sendo dito através da voz;
6. Os recursos utilizados para prender a atenção dos telespectadores;
7. Como alguns apresentadores improvisam de maneira previamente combinada, fato que pode ser comprovado nos telejornais da Globo, principalmente o Bom dia Brasil e Jornal Hoje. Outro exemplo de improvisação é do jornalista e apresentador Boris Casoy.

Talvez você esteja pensando: “eu não vou ser apresentador de televisão”. Mesmo que você não venha a trabalhar na TV, saiba que ela poderá ser muito útil a sua comunicação, palestras, aulas e tudo que desejar.

Faça a seguinte pergunta: - por que gosto de telejornal e como ele prende a minha atenção? Será que é diferente quando você fala ou escuta outra pessoa? Certamente que não! Vamos fazer as adaptações necessárias e aprender com os telejornais.

**Importante** - Como você deseja ser um campeão da oratória e da comunicação interpessoal, fique atento aos seguintes aspectos:

- Procure gratificar os seus ouvintes levando algo útil para eles;
- Seja claro, objetivo e uma fonte permanente de entusiasmo;

- Use a criatividade para trabalhar o conteúdo e a forma da sua comunicação, combinando recursos audiovisuais, se for o caso;
- Utilize a espontaneidade, carisma e simplicidade para comunicar.

Recentemente, fomos a duas cerimônias de formatura e percebemos que alguns oradores continuam cometendo os mesmos erros ao discursarem, fazendo a platéia ficar irritada:

- Os discursos são longos e o local pequeno para a quantidade de pessoas, provocando desconforto aos ouvintes;
- Muitos oradores são prolixos e exageram nas parábolas, chavões e estorinhas, algumas já conhecidas do público;
- Falam de maneira linear e sem emoção;
- Esquecem que dezenas ou centenas de ouvintes não foram ali para ouvi-los, mas, desfrutarem da festa.

Também não vamos ser injustos com aqueles que comunicam bem e fazem sucesso. Se você pretende ser orador da sua turma ou um dia discursar para o público, lembre-se de levar em consideração estes aspectos e não incorrer nos mesmos erros.

# Capítulo 2

## O corpo fala

Este é o nome de um livro de Pierre Well que aborda a linguagem corporal. O corpo não só revela a nossa idade, sexo, aparência, estado de espírito, tamanho e como nos comunicamos através dele. Essa comunicação é feita através dos gestos, olhar, expressões faciais e suas inúmeras sutilezas, desde um franzir do semblante, uma piscadela, um sorriso e uma atitude cabisbaixa, evidenciando emoções, idéias e pensamentos.

**Aparência** – Tem um ditado popular que afirma: você não terá uma segunda chance para causar uma primeira boa impressão. Devemos cuidar da nossa aparência, pois através dela nos mostramos para as outras pessoas com quem convivemos. Faça as seguintes perguntas a si próprio:

- Como estou sendo percebido? É a imagem que tenho de mim mesmo?
- Apresento-me de maneira adequada aos ambientes que frequento?
- Posso fazer algo para melhorar a impressão que as pessoas têm de mim?
- Quais são meus pontos fortes? E os meus pontos fracos? Tenho consciência deles?
- O que espero conseguir agindo e vestindo da maneira atual?

**Gestos** – Um gesto adequado valoriza a sua comunicação, reforçando as suas idéias, gerando impacto junto aos interlocutores. Por outro lado, fique atento aos gestos desagradáveis para os que falam em público:

- Mãos cruzadas na frente do corpo (como um jogador na barreira, esperando pela cobrança da falta).
- Mãos atrás do corpo, em posição de descanso ou subserviência.
- Mãos nos bolsos (pior ainda, procurando uma chave ou coçando o que não deve).
- Mãos na cintura (posição de açucareiro).
- Segurar as mãos e prendê-las na frente da cintura, esfregá-las (pode indicar que você está nervoso).

Por outro lado, o que devemos fazer com as mãos? Elas devem ficar abaixadas, ao longo do corpo ou em forma de “conchas”, até você necessitar delas para criar gestos. Caso você tenha o charme de Jô Soares, coloque uma das mãos no bolso (breves instantes) e com a outra crie gestos.

### **Como exercitar os seus gestos**

Represente as seguintes idéias ou situações: Negar, chamar, força, enumeração, dúvida, liberdade, prisão, simpatia, desânimo, entusiasmo, dormir, acordar, abrir, fechar, devagar, rápido, roubar, entre outros.

Assista aos filmes de Charlie Chaplin, o inesquecível Carlitos e perceba o quanto ele e os demais atores falavam com o corpo.

**Olhar** – Ele cria uma ligação entre o comunicador e os seus ouvintes, podendo sensibilizar, agredir, comover, passar confiança, simpatia, etc. Se você é tímido e tem dificuldades em olhar para as pessoas, treine diante do espelho e imagine-se olhando para todos. Quando assistir televisão ou um bom filme, perceba o quanto o olhar é capaz de comunicar.

Da próxima vez que for atendido no comércio varejista ou em um Banco, tente olhar nos olhos do atendente e, certamente, ele estará olhando para baixo ou para os lados. Agüente firme e não vá embora, pois a sensação que temos é a de que não obtemos a atenção devida.

Caso você tenha dificuldades em olhar nos olhos do interlocutor, analise as seguintes condições:

- Quais as possíveis dificuldades que você sente? Medo da rejeição? Que a pessoa a interprete de forma equivocada?
- Ao falar em público você costuma olhar para os ouvintes ou procura um lugar neutro?
- O que você sente quando olha para o seu interlocutor?
- O que você sente quando o interlocutor não olha nos seus olhos?

**Expressões faciais** – Alegria, raiva, tristeza, medo, ansiedade e entusiasmo são passados por nós, de maneira consciente ou inconsciente, através das expressões faciais. Desenvolva ou aprimore as suas expressões faciais através do seguinte exercício. Em frente ao espelho (avise aos familiares que você não ficou maluco), reproduza estes sentimentos, através da sua face e do tom de voz: Alegria, medo, sedução, tristeza, surpresa, dor, raiva, cansaço, tranquilidade.

## **Voz: importância e os cuidados**

A voz é fundamental para o comunicador e serve para emitir os sons das palavras. Ao pronunciá-las procure analisar qual a emoção, volume e ritmo a comunicação pede.

Você não precisa ter a voz de locutor de rádio para ser um bom comunicador. Seja claro, objetivo, passe entusiasmo e transmita algo útil para os seus ouvintes.

**Dicção** – É a articulação correta dos sons de todas as sílabas das palavras que pronunciamos. Estas são as dificuldades mais comuns: fala excessivamente rápida ou lenta; língua presa; falar com os lábios semicerrados; falar com excesso de ar (puff) pela boca ou falar pelo nariz.

**Como melhorar a sua dicção** – Lábios - Abrir e fechar os lábios com a arcada dentária fechada.

Língua - Movimentar a língua de um lado para o outro, primeiro dentro e depois fora da boca; - levantar a língua até o céu da boca.

Mandíbula – Abrir a boca rapidamente e fechá-la devagar, depois inverter; -mover a mandíbula para um lado e depois para o outro.

**Volume** – Como é a sua voz? Pegue uma mão e coloque em forma de concha em uma das orelhas, pronunciando o seu nome. Depois, coloque uma mão em cada orelha, em forma de concha e repita o seu nome. No primeiro exercício você ouvirá a sua voz em “mono” e, no segundo, em “estéreo”. Faça isso de vez em quando para você perceber o ritmo e volume da sua voz, fazendo os ajustes necessários;

**Ritmo** – Você fala lento, rápido ou normal? Caso esteja dando uma aula, palestra, conduzindo uma reunião ou fazendo um discurso, fale num ritmo normal. Quem pensa de maneira rápida tem a tendência de falar no mesmo ritmo. Lembre-se de que a velocidade do seu pensamento é infinitamente maior que a de pronunciar as palavras;

**Entusiasmo** – O emissor da mensagem deve entusiasmar os seus ouvintes. Fale com o coração e acredite naquilo que está dizendo. Fique atento à comunicação dos apresentadores de televisão e dos locutores de rádio. Por falar nisso, ouça mais rádio e perceba que os locutores passam entusiasmo a todo instante;

## **Voz: dificuldades e como corrigi-las**

**Voz fraca** – Sugerimos que você comece mudando a sua postura, com ombros firmes, cabeça erguida (não olhe para baixo nem para cima), mentalizando situações positivas e acreditando na sua capacidade de comunicar. Melhore a respiração, inspirando profundamente e expirando lentamente, objetivando garantir o ar necessário a sua comunicação. Coloque músicas que relaxem, a exemplo de sons de flautas, pássaros, cachoeiras, fazendo inspirações e expirações.

**Voz monótona e lenta** – Procure variar o volume e o tom de sua voz, dando ênfase as palavras mais importante, pois assim você despertará mais interesse nos ouvintes. Em frente ao espelho, faça leituras em voz alta, declame poemas e letras de músicas que você goste.

**Voz estridente** – Desenvolva o hábito de ouvir a sua própria voz, fazendo o seguinte exercício: Pegue uma mão e coloque em forma de concha em uma das orelhas. Chamamos este exercício de “caixa de retorno”, que são as caixas de som que ficam no palco, para que os músicos e os cantores possam ouvir as músicas. Quando estiver entre amigos, solicite que os mesmos façam sinais quando você estiver falando muito alto.

## **Cuidados com a voz**

Se você ingere bebida alcoólica, não caia na besteira de “tomar uma dose para relaxar”. Ela pode lhe dar a falsa sensação de que é o maior orador do mundo, enquanto a platéia pensa exatamente o contrário. Outro aspecto a ser levado em conta é o descrédito do público quando percebe que o comunicador está alcoolizado. Qualquer tipo de bebida gelada e cigarros devem ser evitados antes da apresentação.

## **Vícios de linguagem**

Este é um dos maiores problemas enfrentados por muitos comunicadores. Os vícios de linguagem chamam a atenção de alguns ouvintes, a ponto de ficarem contando quantas vezes algumas palavras são pronunciadas. Aqui nós iremos considerar como vícios de linguagem todas as expressões que são repetidas em demasia pelo orador:

**Né, tá, aí, entendeu, tipo assim, entre outros.**

## Como evitá-los

A experiência tem nos mostrado que é quase impossível deixar de ter alguns vícios de linguagem. Em razão disso, solicitamos aos alunos que minimizem os seus vícios, trocando-os por outros. Se você fala muito "aí", empregue outras expressões - "prosseguindo", "como estávamos dizendo", "dando continuidade".

Por outro lado, pedimos que eliminem a palavra "entendeu", pois consideramos que a mesma funciona como uma "espada no peito do ouvinte", podendo inibir as suas perguntas. Troque a palavra "entendeu" por "alguma dúvida", "ficou suficientemente claro o que afirmamos".

O nosso querido Pelé afirmou, recentemente, que deseja abolir o seu conhecido vício de linguagem (entende). Faça como o Rei do Futebol e tenha consciência dos seus vícios de linguagem para depois acabar com eles.

## Avalie a sua maneira de falar

Atribua nota de zero (pior) a dez (melhor) para as seguintes afirmações:

- ( ) Falo com clareza e sou entendido pelas pessoas;
- ( ) Destaco na voz (volume e ritmo) as palavras mais importantes;
- ( ) Só falo sobre assuntos que conheço;
- ( ) Utilizo os gestos para complementar a minha fala;
- ( ) Interaço com os ouvintes;
- ( ) Sei ouvir e respeitar idéias e argumentos contrários;
- ( ) Falo utilizando vícios de linguagem e gírias.

## Exercícios para a sua voz

Escolha letras de músicas, poesias, textos teatrais e dê vida às palavras, articulando com clareza cada som e sílaba.

Os exercícios que seguem são indicados para todos, principalmente para quem fala muito rápido e de uma forma linear, sem emoção.



## **Persistência e sonho concretizado**

Era uma vez um homem que:

Faliu nos negócios aos 31 anos de idade;

Foi derrotado numa eleição para o legislativo, aos 32 anos;

- Faliu outra vez nos negócios, aos 34 anos;

Superou a morte da namorada aos 35 anos;

Teve um colápsio nervoso aos 36 anos;

Perdeu nas eleições para o Congresso aos 34, 36 e 48 anos;

Perdeu uma disputa para o senado com 55 anos;

Fracassou na tentativa de tornar-se vice-presidente aos 56 anos;

Foi eleito presidente dos Estados Unidos, aos 60 anos.

### **O nome deste homem é: Abraham Lincoln!**

Faça um breve comentário sobre a persistência. O que leva uma pessoa a concretizar os seus sonhos?

Quais as suas principais metas pessoais e profissionais?

De que maneira a comunicação poderá ajudá-lo?

## O Homem e a Máquina

Tenho prestado muita atenção aos “tempos modernos”. Não tenho nada contra a modernidade. Porém, se modernidade é substituir o homem pela máquina, qual o papel reservado para o ser humano na sociedade do futuro?

Ainda ontem, ao me dirigir a uma agência bancária, fui abordado por um funcionário, que perguntou o que eu desejava. Afirmei que precisava retirar um dinheiro. O mesmo indicou-me um caixa eletrônico. Ressaltei que gosto de ser atendido por ser humano.

Neste momento o funcionário franziu a testa e afirmou com entusiasmo:

***“O nosso banco investiu milhões de dólares em tecnologia para dar aos clientes mais conforto e rapidez no atendimento...”***

Tentei argumentar mais uma vez, porém não obtive êxito. O papel dele era evitar ao máximo que eu fosse atendido no interior da agência, por uma pessoa de carne e osso!

Fui ao caixa eletrônico, retirei o dinheiro e voltei para a minha casa. Enquanto andava, refletia sobre o que acabara de acontecer!

Depois de alguns minutos, cheguei a uma triste conclusão: O papel do homem na “sociedade moderna” talvez seja o de evitar o contato com outros seres humanos!

**Estou ultrapassado? Resisto ao novo? Eh!!! se a gente não tomar cuidado, na sociedade do futuro o homem terá que virar máquina para sobreviver.**

**Exercício:** Durante 5 minutos você deve falar sobre as oportunidades e ameaças das novas tecnologias da informação e como será o trabalho humano no futuro.

## O Sorriso e a Comunicação

Um sorriso não custa nada e rende muito!

Enriquece quem o recebe e não empobrece quem o dá.  
Dura somente um instante, mas a sua recordação pode ser eterna.

Ninguém é tão pobre que não possa dá-lo.

Gera harmonia e felicidade no lar e no ambiente de trabalho.

Sinal visível de uma amizade....

***Um sorriso representa repouso no cansaço, coragem no desânimo, consolo na tristeza e alívio na angústia!***

É um bem que não se pode comprar e nem emprestar.  
Roubar? Nem pensar! O seu valor é instantâneo e, se não for consumido na hora, desaparece.

Porém, se encontrar alguém que recuse a dar um sorriso, seja generoso e dê o seu. Ele é contagioso e afeta, profundamente, quem recebe e quem o dá.

Em cada sorriso há uma chance, uma esperança de amor!

Na comunicação, o sorriso funciona como a luz verde do semáforo: É caminho livre para a interação com o ouvinte.

***Em cada sorriso há uma esperança de paz!...***

**Exercício** – Relacione no verso alguns filmes de comédia e desenho animado que você deseja assistir e dar boas gargalhadas.  
Tome sorvete e deixe se lambuzar como fazia quando era criança.

## **Exercícios para quem fala leennttoo ou tem a língua “plesa”**

Pronuncie estas frases de duas maneiras: uma com rapidez, semelhante ao locutor esportivo e a segunda, de maneira eloqüente, estilo Leonel Brizola.

Caso você tenha a língua presa e troque o “r” por “l”, pegue um lápis de seis lados ou caneta BIC e coloque horizontalmente na boca, a língua por cima e pronuncie estas frases:

Em cima daquela serra tem dois pés de mafagarfo, com dois mafagarfinhos. Quem disser quantos mafagarfos tem, um bom desmafagarfizador será.

Dudu dizia danado da vida: - Dadá, deixe disso, onde vai dar tanta doidice?

Lá vem o velho Félix com o fole velho nas costas. Quanto mais mexem no fole do velho Félix, mais o fole do velho Félix fede.

As folhas do chá da arquiduquesa já estão secas, supersecas ou ressecadas?

Se cem serras serram cem cigarras, seiscentas serras serram seiscentas cigarras e seiscentas e seis serras serram seiscentas e seis cigarras.

Seis caçadores sobre seis sofás cochichavam ao caçador sem sorte:  
- Seja sortudo sem suspeita e sua sorte salvará seus segredos.

O rato roeu a roupa de renda do rei de Roma, a rainha ruim resolveu remendar.

A vida é um sucesso que sucede sucessivamente sem cessar.

## **Como ler mais e melhor**

Para falar melhor, você necessita ampliar o seu vocabulário. Para atingir este objetivo, torna-se imprescindível o hábito da leitura:

- Dê preferência aos horários em que você estiver mais descansado e com a maior capacidade de concentração;
- Escolha um local confortável, com boa iluminação e o maior silêncio possível (algumas pessoas conseguem ler com fundo musical);
- Ao ler uma quantidade muito grande de páginas, faça uma primeira

leitura de maneira superficial, assinalando os temas mais importantes. Em seguida, leia com mais atenção os temas escolhidos;

- Concentre nas frases e não em palavras, assinalando aquelas que não compreendeu, para posterior consulta ao dicionário;
- Ao ler, evite mexer os lábios e a cabeça. Entretanto, de vez em quando utilize a leitura em voz alta e analise se facilita a compreensão dos assuntos;
- Faça com que os seus olhos se movam constantemente para frente e evite que os mesmos retrocedam na leitura. Prossiga, mesmo que não tenha compreendido algumas palavras. Lá na frente entenderá o contexto em que elas foram empregadas;
- Se você não tem hábito de leitura, seja persistente e não desanime;
- Caso tenha filhos pequenos, leia estorinhas infantis, valorizando o tom de voz, o ritmo e volumes adequados.

### **Analise a sua leitura**

1. Você costuma ler quantos livros por mês?
2. Lê jornais e revistas semanais?
3. Tem assinatura compartilhada de revistas e jornais?
4. Já experimentou contar quantas palavras lê por minuto?
5. Como você lê? sentado? deitado? com fundo musical?
6. Visita livrarias e sebos de livros usados?
7. O que você pode fazer para ler mais e melhor?

# Capítulo 3

## Como desenvolver a comunicação interpessoal

### Você sabe ouvir?

Normalmente, gostamos mais de falar a ouvir. Segundo o ex-presidente Tancredo Neves, “... uma reunião é boa quando saímos roucos de tanto ouvir”. ***O excelente comunicador é, antes de tudo, um bom ouvinte.*** Têm pessoas que “provocam asia em Sonrisal e câimbra em perna de mesa”, quando estão falando. Não é por acaso e temos duas orelhas e uma boca!

Preencha este questionário com SIM ou NÃO.

- (     ) Quando fala você consegue ouvir a sua voz?
- (     ) Tem paciência para ouvir uma pessoa confusa e/ou detalhista?
- (     ) Reconhece a voz de pessoas amigas, parentes e clientes?
- (     ) Após ouvir uma palestra, aula ou participar de reuniões, você é capaz de resumir os principais temas abordados?
- (     ) Você sabe ouvir, sem interromper e depois retomar a palavra?
- (     ) Quando ouve uma música, consegue selecionar os sons dos instrumentos – bateria, guitarra, baixo e a voz do cantor?

### Coloque-se no lugar do seu interlocutor:

- Seja tolerante com as pessoas que pensam de forma diferente da sua. Evite os julgamentos preconceituosos. Crie condições para que o interlocutor possa falar das suas idéias, sentimentos e valores. Isso não significa que você concordará com todas as suas idéias, nem aceitar os seus argumentos. Hora de falar, falar. Hora de ouvir, ouvir.
- Esforce para perceber a comunicação nas entrelinhas, possíveis medos, preconceitos e atitudes da outra pessoa.
- Faça perguntas abertas e que comecem em geral por o quê?, como?, quando?, evitando perguntas fechadas, que levam a um sim ou não.
- Procure refletir e reordenar as idéias do interlocutor com as palavras dele mesmo, demonstrando-lhe que está entendendo e acompanhando o seu raciocínio.

- Crie uma sintonia com o outro, para que ambos fiquem à vontade e assim, a comunicação possa fluir normalmente. Lembre-se de que as pessoas se aproximam pelas semelhanças e não pelas diferenças.

### **A força do pronome “Nós”**

Você deve utilizar o pronome “nós” junto ao seu público, uma vez que ele é participativo, um ponto comum entre o orador e os ouvintes. Com ele sentimos fazendo parte da ação, atrai a simpatia e evita que empreguemos o “eu”, pronome que deve ser evitado ao máximo, pois o mesmo pode transmitir arrogância e prepotência.

### **Uso do humor**

Sempre que possível, associe o humor com o assunto que está abordando, a não ser que o seu objetivo seja descontraír a platéia. Evite a vulgaridade, piadas preconceituosas e tudo que puder agredir o seu público.

Recentemente assistimos a uma palestra e o orador demonstrava ser excessivamente machista, uma vez que todas as piadas que contava debochava da inteligência feminina. Detalhe que ele não observou: mais da metade do seu público era constituído de mulheres!

Cuidado com as histórias longas pois as mesmas podem entediar a platéia. Treine as histórias e piadas junto aos amigos, familiares e avalie a reação. Sendo favorável, conte em suas apresentações.

Quando contamos piadas e histórias de humor nem sempre a platéia sorri. Esteja preparado para pagar alguns “micos”.

### **Planejando a sua comunicação**

Para que você se torne um bom comunicador é preciso treinar constantemente, coisas que muitas pessoas não gostam de fazer! Outro aspecto importante é o planejamento.

### **Vejamos algumas etapas importantes do planejamento:**

**a) O que falar** – se refere ao tema da sua comunicação. Procure conhecer sobre o assunto a ser abordado e selecione o que é mais importante para o seu ouvinte e não para o seu ego;

**b) A quem falar** – quais são os ouvintes? Todos conhecem o assunto? Caso o público seja heterogêneo, comece pelo “b a bá” até se situarem no tema e depois vá aprofundando um pouco mais;

**c) Como falar** – diz respeito à forma, ao “molho” da comunicação. Use a sua criatividade para transmitir a mensagem através dos recursos audiovisuais, simulações, exibição de fotos / vídeo, etc. Analise os telejornais;

**d) Quando falar** – Hoje? Amanhã? Manhã? Noite?

**e) Quanto falar** – 5 minutos, 10’, uma hora? Tem um ditado popular que afirma: “felizes os oradores que falam pouco, de maneira clara, objetiva e atraente”;

**f) Objetivo** – O que você deseja que as pessoas façam? Aprendam o assunto da aula e/ou uma habilidade profissional? Mude um comportamento inadequado? Compre um produto? Vote em você?

### **Como estruturar o seu discurso ou palestra**

A depender da sua mensagem, talvez você tenha que dividi-la em quatro partes: **1) Introdução; 2) Preparação; 3) Tema central; 4) Conclusão.**

**Introdução** - A finalidade principal é conquistar a atenção da platéia e para isso você deverá surpreender os ouvintes, trazendo informações novas, úteis e que possam gerar interesse.

Procure criar uma afinidade com o público e lembre-se de que “você não terá uma segunda chance de causar uma primeira boa impressão”. As primeiras impressões são importantíssimas.

Se não tiver alguém para lhe apresentar, fale quem é você, o que já fez, a sua especialidade. Em resumo, são as suas credenciais e tenha o cuidado para não passar prepotência. Se você tem um currículo excepcional, prometa menos e deixe que a sua palestra ou aula demonstre o quanto você é



competente!

**Ofereça motivos para ser ouvido e diga o que as pessoas terão a ganhar lhe escutando, pois elas necessitam de motivos para continuarem atentas à comunicação.**

Não peça desculpas a platéia – “desculpe por não ter tido tempo de preparar esta apresentação.... por estar afônico... por não dominar o assunto...” Muitas pessoas irão se perguntar: “se não está em condições, por que vai falar?”

**Preparação** – O objetivo da preparação é facilitar o entendimento da platéia em relação à mensagem que deseja transmitir:

- Fale de maneira breve qual é o tema da sua apresentação, pois assim os ouvintes poderão acompanhar as suas idéias e tenderão a ter maior interesse;
- Esclareça qual o problema que deseja solucionar ou faça um histórico do assunto e como irá ajudar a solucioná-lo.

**Tema central** – Aqui está a essência do seu discurso e você deve falar tudo que planejou. Organize fazendo divisões no tempo (no ano de 1980...), local, compare com algo existente, comente sobre as conseqüências econômicas, sociais, políticas. Para sustentar suas informações, use exemplos irrefutáveis como argumentos, faça comparações, mostre estudos técnicos, testemunhos, etc. Se perceber que os ouvintes não concordarão com algumas das suas informações, prepare bons argumentos de defesa para as suas idéias.

**Conclusão** – Nesta parte você deve resumir os pontos mais importantes da sua apresentação e lembrar a platéia sobre suas atitudes em relação as idéias apresentadas. Em outras palavras, o que você espera que as pessoas façam. Outro aspecto importante é passar a sensação de que a sua apresentação está completa. Faça com que a sua comunicação tenha início, meio e fim. Cause uma ótima impressão final, transmitindo positividade e esperança. Analise os telejornais e perceba que a última notícia é sempre boa e tem como objetivo aliviar os telespectadores.

**Importante** - Quando estamos criando as nossas apresentações, temos como hábito utilizar quatro fichas, uma para cada etapa. No corpo das mesmas vamos colocando frases (tópicos frasais) que auxiliem na construção da mensagem. Ao final, registramos no gravador as falas integrais do discurso e analisamos aspectos relacionados à clareza, objetividade, seqüência lógica, razão, emoção, persuasão, entre outros. Refazemos várias vezes, até

encontrarmos a forma ideal.

Saiba que começar um discurso ou palestra é algo fácil, porém terminar é que são elas. Pratique bastante, principalmente nas suas primeiras apresentações.

## **Falar de improviso**

Algumas pessoas confundem falar de improviso com enrolar a platéia ou falar sobre assuntos desconhecidos. Para muitos ouvintes, falar de improviso significa comunicar sem ler o que está escrito num papel.

Falar de improviso é falar de algo que se conhece, porém não estava previamente acertado que você iria comunicar. Existem alguns casos, a exemplo dos telejornais Bom dia Brasil e Jornal Hoje, em que o “improviso” já é combinado. Ele é feito com bastante competência que o público pensa que os apresentadores estão criando na hora.

**Agora vamos improvisar:** Você foi ao aniversário de casamento dos amigos Sandro e Regina. Na hora de partir o bolo e cantar os parabéns todos olharam para você e pediram que “fizesse um improviso”. Rapidamente, você lembrou de algumas características marcantes na personalidade dos cônjuges e estruturou a sua comunicação da seguinte maneira:

- Saudação (bom dia, boa tarde ou boa noite);
- Breve história de como Sandro e Regina se conheceram;
- Principais qualidades de ambos e momentos importantes;
- Felicitações e encerramento.

## **Exercícios para falar de improviso**

Escolha algumas destas frases para falar de improviso, durante o tempo mínimo de cinco minutos. Se achar conveniente, registre no gravador ou câmera de vídeo:

- 1) Toda nação que se preza não abre mão de três coisas: orgulho nacional; - esperança coletiva e moeda estável (John Stuart Mill);
- 2) A receita para o sucesso na comunicação é treinar, treinar e treinar!
- 3) Em briga de casal, quando um não quer os dois brigam.  
(Flávio Conti);

- 4) Para que um grande sonho se torne realidade, você precisa primeiro de um grande sonho (Hans Seyle);
- 5) Não existe nada permanente, exceto a mudança (Heráclito);
- 6) A verdade deve ter escravos e não donos (Carlito Maia);
- 7) Escrever é uma questão de colocar os assentos (Machado de Assis);
- 8) Toda mudança é boa, nem que seja para descansar o outro lado da bunda (Milôr Fernandes);

**Importante** - Leia um artigo de jornal ou revista e em seguida faça um resumo. A improvisação deve ser feita citando um fato que contrarie ou concorde com o referido artigo.

Escolha um tema polêmico, a exemplo do aborto, religião, casamento entre homossexuais e defenda o seu ponto de vista. Em seguida, fale contrariando o que acabara de afirmar. Desta forma, você estará treinando o improviso e a capacidade de argumentação com base no pensamento divergente.

## Use a sua criatividade para comunicar

No processo da comunicação você deve planejar o **conteúdo** (assuntos a serem abordados) e a **forma** (como você vai dizer), levando em consideração o perfil e as expectativas da sua platéia. Vejamos o seguinte exemplo: Você foi convidado para falar sobre o tema A Moda no Século XXI. De posse das informações que você deseja transmitir, o passo seguinte é definir de que maneira as idéias sairão da sua cabeça para as cabeças dos ouvintes.

Nesse caso, faça a seguinte pergunta a si mesmo: Como posso transmitir este assunto de maneira atraente e que dê prazer aos meus ouvintes? O que vou usar além da minha voz e do meu corpo? Devo fazer uma apresentação em datashow? Vou mostrar os produtos? Usarei fotos? Alguém irá vestir as roupas? Posso utilizar uma música?

Somos admiradores do apresentador de TV Sílvio Santos e ele tem muito a nos ensinar em relação ao ato de comunicar com criatividade,

simplicidade e carisma. Vejamos o caso do programa Show do Milhão. Sílvia Santos utiliza bastante a espontaneidade, procurando deixar o participante e o seu familiar bem a vontade, fazendo perguntas sobre a profissão, cidade onde mora, quanto deseja ganhar e o que deseja comprar.

Para falar com os telespectadores ele utiliza a lente das câmeras e uma linguagem coloquial e de fácil entendimento, além de pronunciar bastante a palavra “você”, objetivando fazer com que cada pessoa sinta que a mensagem é exclusiva para ela. De agora em diante passe a observar estes detalhes e você aprenderá técnicas preciosas de comunicação e como persuadir os ouvintes.

## **O que é criatividade?**

Em todas as turmas do nosso curso procuramos enfatizar o tema Criatividade na Comunicação e iniciamos falando sobre as mais variadas definições dadas por pensadores e o povo:

- Criatividade é uma forma de loucura; (Platão)
- Processo natural que obedece a leis imprevisíveis; (Kant)
- É tirar do nada, é fazer do velho o novo;
- Criatividade é um estado permanente de insatisfação com as coisas já existentes;
- Pensar diferente da maioria das pessoas sobre um mesmo problema.

Em seguida, discutimos o que pode ser feito para aplicar a criatividade na comunicação, com base nas sugestões abaixo:

1) Saiba que há um tesouro em sua cabeça - uma mina de ouro entre as suas orelhas. Use e abuse da arte de inovar.

2) Sempre que possível escreva pelo menos uma idéia sobre estes assuntos:

- Como posso melhorar a minha comunicação;
- como eu posso fazer meu trabalho melhor;
- como eu poderia ajudar outras pessoas;
- como eu poderia ser mais feliz.

3) Perceba o que está sendo apresentado de forma óbvia ou de maneira pouco comum. Enxergue o mundo com o olhar curioso de uma criança.

4) Faça anotações e tenha sempre em mãos papel e caneta. Anote tudo que for importante e não confie na memória. Caso possível, compre um microgravador e tenha-o sempre com você.

5) Armazene idéias, criando um arquivo com os mais diversos assuntos. Pesquise informações importantes e amplie os seus conhecimentos.

6) Observe cuidadosamente tudo em sua volta. Faça combinações as mais absurdas possíveis e analise os resultados.

7) Desenvolva uma forte curiosidade sobre pessoas, coisas e lugares. Ao falar com outra pessoa faça com que ela se sinta importante. Viaje, tire um final de semana para conhecer melhor o lugar onde mora. Você terá surpresas maravilhosas.

8) Aprenda escutar e a ouvir, tanto com os olhos, quanto com os ouvidos. Perceba o que não foi dito verbal ou corporalmente.

9) Descubra novas fontes de idéias através de pessoas, livros, jornais, revistas, internet, televisão, rádio, etc.

10) Compreenda primeiro, depois julgue. Abaixo o preconceito!

11) Procure ter uma atitude positiva e otimista. Isso o ajudará na realização dos seus objetivos e a enfrentar eventuais dificuldades nas apresentações.

12) Escolha uma hora e um lugar para pensar alguns minutos por dia.

Utilize o verso desta página para relacionar idéias que possam ajudá-lo na comunicação, oratória e marketing pessoal.

**Exercício** – Grave os telejornais, cenas de filmes, novelas, programa de entrevistas e analise os aspectos relacionados à criatividade na comunicação.

# Capítulo 4

## Como usar os recursos audiovisuais

“O homem é uma cidade que tem cinco portas”, diz um antigo provérbio indu, referindo-se evidentemente aos cinco sentidos através dos quais o homem toma conhecimento do mundo exterior. Pode-se afirmar que desde os tempos mais remotos há uma preocupação com o uso dos sentidos na comunicação.

### Vantagens e desvantagens no uso dos recursos audiovisuais

Embora as estatísticas abaixo favoreçam o uso dos recursos audiovisuais, devemos ressaltar que os mesmos podem provocar um grande estrago, quando não utilizados corretamente. Certamente você já teve que suportar apresentações em que alguém escreveu um número incontável de idéias em slides, transparências, flipchart e depois começou a ler para a platéia. Isso é realmente muito cansativo.

Os recursos audiovisuais somente devem ser utilizados em situações imprescindíveis para o entendimento da mensagem. Um outro aspecto importante é a adequação dos recursos audiovisuais.

**A principal função do audiovisual é fazer a mensagem chegar clara e objetiva para todos os ouvintes, além de tornar a apresentação mais agradável.**

Abaixo relacionamos algumas estatísticas que demonstram as vantagens do uso de recursos audiovisuais.

#### Aprendemos

1% através do gosto  
1,5% através do tato  
3,5% através do olfato  
11% através do ouvido  
83% através da vista

## Retemos

- 10% do que lemos
- 20% do que escutamos
- 30% do que vemos
- 50% do que vemos e escutamos
- 70% do que ouvimos, vemos e logo discutimos
- 90% do que ouvimos, vemos e logo realizamos

<b>Método de ensino</b>	<b>dados retidos depois de 3 horas</b>	<b>dados retidos depois de 3 dias</b>
Somente oral	70%	10%
Somente visual	72%	20%
Visual e oral simultaneamente	85%	65%

## Desvantagens

Geralmente não tomamos alguns cuidados necessários para a utilização dos recursos e eles nos prejudicam, ao invés de ajudar na transmissão das idéias:

- via de regra as letras são pequenas e de péssima qualidade;
- podem distrair (ou entediar) a platéia, principalmente quando colocados inúmeros efeitos especiais ou quantidade de slides / transparências acima do suportável;
- você passa a ter uma preocupação a mais com a sua palestra, uma vez que deverá dominar o uso dos recursos e se os mesmos estarão em condições de uso.

## Como utilizar os recursos audiovisuais

**Slides** – Com a evolução da editoração eletrônica estes recursos estão cada vez mais sendo usados. Os slides, quando bem feitos, podem salientar seus pontos principais, acrescentar variedade e dinamismo à sua apresentação e prender a atenção da platéia. Entretanto, eles possuem duas grandes desvantagens: sua projeção exige que a sala seja parcial ou totalmente escurecida, sendo um convite para uma soneca; a sua ordem é inflexível e uma vez colocados no carrossel, você não poderá modificar a sua disposição enquanto fala. Por último, utilize em quantidade suportável e não fique exibindo de maneira muito rápida, dando pelo menos 20 segundos, por slides, para que a platéia entenda a mensagem.

**Transparências – Retroprojektor e Datashow** (através do PowerPoint). Estes recursos são excelentes e facilitam o entendimento da mensagem. A sua criação é mais fácil que a de slides e o programa PowerPoint é genial. Porém, tenha alguns cuidados:

- a) não deixe para fazer a sua apresentação de última hora;
- b) verifique os erros de ortografia;
- c) Utilize somente as informações relevantes e não faça delas uma “muleta” para a sua fala, colocando muito texto para ser lido na frente da platéia;
- d) numere os slides e transparências;
- e) ensaie a sua apresentação e o manuseio do equipamento;
- f) fale sobre o que você está mostrando;
- g) não dê destaque exagerado ao logotipo da sua empresa;
- h) não use todo o texto em maiúsculas ou em minúsculas;
- i) não use texto demais;
- j) não misture muitos tipos de letras. Máximo de 3 fontes;
- k) não saliente tudo, pois a exceção será salientada;
- l) não use muitas cores – uma para o fundo, uma para os títulos, outra para o corpo do texto. Use uma cor escura para o fundo – talvez azul ou roxo – com títulos amarelos e o corpo do texto em branco, por exemplo. Na dúvida sobre a combinação das cores, contrate o trabalho de um profissional. Sairá mais barato do que a sua dor de cabeça e valorizará a sua apresentação, podendo ser reutilizada em breve.

**Importante** - Não espere que as cores do seu slide e transparências tenham a mesma aparência que na tela do computador.

### **Retroprojektor – alguns cuidados:**

- Use um projetor com duas lâmpadas ou tenha uma lâmpada de reserva e teste o aparelho com antecedência mínima de 30 minutos;
- Leve uma extensão e um adaptador. Você não pode encaixar pinos quadrados em buraco redondo, mas pode encaixar um plugue de três pinos em uma tomada de dois furos;
- Use menos transparências, mostrando apenas partes delas. Esta técnica é chamada “revelação gradual”. Você revela gradualmente o que está na transparência. Quanto menos transparências você precisar fazer e manusear, menos problemas você terá.



## Onde ficar

Você deve ficar próximo à tela e não ao aparelho. Não fale com os elementos visuais e sim para o público que lhe ouve, portanto, evite ficar de costas para a platéia. Um outro detalhe importante é que as pessoas instintivamente olham para onde você estiver olhando. Assim, quando desejar chamar atenção das pessoas para algo na tela, gire o seu corpo para o lado e fale com o elemento visual ali colocado. Todos irão seguir o seu gesto.

**Flipchart** - É um bloco de papel grande, montado sobre um cavalete, semelhante a um risque-rabisque. Ele é bastante versátil e você pode escrever enquanto fala ou preparar antecipadamente as páginas. Seu funcionamento é sempre perfeito – a menos que sua caneta marcadora seque. O seu transporte é fácil e não precisa ligar e desligar, além do pequeno custo. Agora, vamos a má notícia. Ele é adequado para grupos pequenos - máximo de 30 pessoas, a depender da arrumação da sala. Ideal para turma no formato de “U”, pois favorece a visão de todos os participantes.

### Erros mais comuns no uso do flipchart:

- Palavras demais – coloque tópicos e textos essenciais, deixando pequenos espaços em branco para você completar, se for o caso;
- Não escreva em toda a folha de papel. Utilize a escrita em dois terços superiores. Isso deve ser feito, principalmente quando alguns ouvintes estiverem na frente de outros;
- Escrita pequena demais – O tamanho da letra deve possibilitar que todos enxerguem o que está escrito;
- Cores que dificultam a visualização – Procure usar o azul-marinho e o preto, uma vez que possibilitam uma boa visão para quem estiver no fundo da sala. Limite-se a duas ou três cores, no máximo.

**Vídeos** – Os vídeos são extremamente úteis para a compreensão da mensagem. Use-os em segmentos curtos para salientar os pontos principais e aumentar o interesse da platéia. Se você estiver exibindo um vídeo para grupos pequenos, utilize uma televisão de tamanho médio ou grande (de preferência). Para grupos grandes, utilize um telão (a tarefa exige ajuda de profissionais).

Assista antecipadamente ao vídeo e verifique a qualidade do conteúdo e da forma (cuidados com a cor e a qualidade do áudio). Caso ele tenha mais de 30 minutos, procure exibir em duas etapas ou selecionando algumas partes.

**Outras idéias para uso do vídeo** - Utilize comerciais de televisão, cenas de filmes ou até mesmo a exibição integral de filmes se os mesmos ajudarem a tornar a sua apresentação mais clara e dinâmica.

**Utilização de áudio** - Analise a possibilidade de utilizar a música, exercícios de canto e videokê para motivar os ouvintes. A música tem uma força muito grande e ajuda na transmissão e fixação da mensagem.

**Quando distribuir o material de apoio** - Todos sabem que não se deve distribuir apostilas, folhetos ou qualquer material didático antes de começar a falar. Eles distraem os participantes e os mesmos ficam lendo o material, deixando de prestar atenção a sua mensagem.

O momento apropriado para distribuir o material de apoio depende do objetivo. Se os impressos resumem suas idéias e apresentam informações suplementares, então distribua-os depois de sua apresentação. Contudo, se os impressos incluem exercícios com a participação da platéia ou outros materiais que você deseja mencionar enquanto estiver falando, distribua-os antes de começar.

**Microfone** – Em algumas pessoas ele pode causar medo e inibição. Isso ocorre em virtude da falta de prática do comunicador e está associado ao mundo artístico. Os principais modelos são:

- **Microfone de punho (com ou sem fio)** – Geralmente ele capta som na parte superior ou também lateral e deve ser usado numa distância de até 15 centímetros da boca, a depender da qualidade do mesmo e potência do amplificador. Para verificar se o equipamento está ligado basta pronunciar algumas frases. Não bata na sua extremidade, uma vez que provoca um barulho horrível e pode danificá-lo. Cuidado ao caminhar com o microfone para não tropeçar ou ficar enrolado no fio;
- **Lapela** – Ele fica preso à roupa, um pouco abaixo do queixo. Bastante prático e favorece os movimentos do comunicador. Evite ficar mexendo na roupa, gravata principalmente, para não provocar ruídos estranhos;
- **Mesa** – Como ou sem fio, preso em uma pequena haste e colocado em cima da mesa;

- **Pedestal** – Com ou sem fio, preso em um pedestal, a exemplo daquele utilizado pelo nosso querido Roberto.

## Perfil da sua platéia

Para que possamos comunicar bem e, conseqüentemente, realizarmos uma boa aula, palestra e apresentações em geral, necessitamos conhecer o perfil dos participantes.

**O solitário** – Como o nome indica, esse participante prefere ser deixado sozinho e considera-se auto-suficiente. Geralmente é atencioso e participativo, freqüentemente mostrando um tipo de personalidade que parece ser perfeita para um treinamento, palestra ou workshop. O problema é que ele, de maneira geral, prefere ter o mínimo de envolvimento possível com as outras pessoas e a tendência é se isolar.

**Como lidar com o solitário** – Sendo possível, verifique quais os seus gostos – esporte, música, cinema, trabalho e crie alguma atividade para integrá-lo ao grupo.

**O quieto** – Em quase todos os eventos existirão participantes mais quietos que outros. Um dos erros que muitos professores e palestrantes cometem é exigir igual participação das pessoas quietas.

**Como lidar com o quieto** – Quando possível, principalmente em grupos menores, faça exercícios em que o quieto possa assumir papéis de líder ou relator. Isso contribuirá para que o mesmo assuma papéis de liderança nos grupos pequenos e comece a se relacionar com os demais participantes.

**O amável** – Ele está o mais perto possível do participante modelo. Obediente e pronto para realizar os desejos do professor ou palestrante. A maior preocupação com o treinando amável é a sua crença cega. Geralmente ele concorda com tudo que é dito pelo comunicador, palestrante e professor.

**Como lidar com o amável** – Faça o amável pensar por si mesmo.

**O lamuriendo** – Agora vamos sair da alegria e do entusiasmo do participante amável para o desalento negativo do lamuriendo. Você está lidando com um tipo de personalidade que geralmente é depressivo, desanimado e passa esse tipo de sentimento para o grupo.

**Como lidar com o lamuriendo** – Esse participante parece representar um grande obstáculo para o sucesso do treinamento ou palestra. Tenha cuidado com as perguntas que você fizer a ele e não hesite, quando possível, em usar as seguintes táticas:

- Chame-o para tomar um café e demonstre interesse em conhece-lo. Um simples “como vai” pode funcionar muito bem.
- Reconheça a existência dos seus problemas. Um simples “eu posso entender sua frustração” é tudo que ele deseja ouvir.

**O iluminado** – o famoso “sabe tudo”. Gosta de informar ao grupo a sua grande experiência em seja lá qual for o assunto que estiver sendo discutido. Semelhante ao franco atirador, ele gosta de concorrer com o palestrante ou professor.

**Como lidar com o iluminado** – O iluminado possui um ego muito carente de elogios e deseja que todos os participantes saibam como ele é brilhante nos assuntos que estão sendo discutidos. Conduzido apropriadamente, o iluminado pode tornar-se o melhor amigo do professor ou palestrante.

**O brincalhão** – Similar ao iluminado, a personalidade desse participante é logo revelada. Geralmente é sabichão e muito agressivo.

**Como lidar com o brincalhão** – Para trabalhar com o brincalhão requer apenas um pouco de psicologia. Massageie um pouco o seu ego, dando-lhe a oportunidade de agir, porém de forma controlada. Você pode escolhê-lo para se apresentar como voluntário em alguma atividade ou envolve-lo em estudo de casos, contar uma piada no início e final da apresentação. Isso estimulará o grupo e você ganhará um forte aliado.

**O franco atirador** – Talvez ele seja o mais perigoso dos tipos de personalidades. Como um verdadeiro franco atirador, ele utiliza como cobertura os demais participantes. Tem como característica o desejo de competir com o professor ou palestrante. Envergonhe o iluminado, o brincalhão ou qualquer outro participante e você poderá estar criando um franco atirador em potencial.

**Como lidar com o franco atirador** – Converse com ele durante um café e faça-o “jogar no seu time”. “Olha Paulo, se não for incômodo, eu estava pensando em contar com a sua ajuda neste treinamento. Estou percebendo que você é muito experiente nesse assunto e gostaria de contar com você. Como é do seu conhecimento, os demais participantes não possuem a mesma experiência

e, sendo possível, ajude-os no processo de aprendizagem. Posso contar com a sua ajuda?”

## Motivando os ouvintes

Preste bem atenção neste tema e saiba porque muitos comunicadores deixam os seus ouvintes irritados:

1. O conteúdo da apresentação é fraco ou sem novidade para a platéia, não correspondendo às suas expectativas;
2. Comunicador sem entusiasmo, confuso, prolixo, arrogante e/ou que não consegue interagir com o público;
3. Os ouvintes estão cansados de tanto ouvir, com fome, sede, etc;
4. Orador não foi capaz de convencer a platéia ou a mesma rejeitou as suas idéias;
5. Recursos audiovisuais de má qualidade, a exemplo de transparências ou slides com letras pequenas ou em excesso, som alto, baixo ou com interferências, inadequação do “meio” escolhido para transmitir a mensagem;
6. Calor ou frio em excesso, barulhos internos ou externos, cadeiras desconfortáveis e excessivo número de participantes;
7. Outros motivos. Este espaço é seu para relacionar alguns motivos que irritam os ouvintes.

Agora vamos falar do que motiva a platéia. Tem um ditado popular que resume o fator mais importante: **“Diga-me o que eu tenho a ganhar que lhe darei todo o tempo do mundo”**. Quando uma pessoa assiste a uma palestra, aula, seminário ou participa de uma reunião, ela deseja ter a recompensa pelo seu esforço. Coloque-se no lugar dos seus ouvintes e faça as seguintes perguntas:

- O que as pessoas ganharão com minha exposição? Algum bem material ou a possibilidade de aumentar seus rendimentos?
- Como base em meus argumentos as pessoas conseguirão economizar tempo ou dinheiro? Poderão obter um novo relacionamento, um amigo ou realizar uma meta pessoal ou profissional?
- Minha apresentação proporcionará mais saúde, melhor aparência, jovialidade, um corpo mais bonito?

Para que você motive os ouvintes, faça o contrário daquilo que os irritam e transmita idéias úteis para a platéia, atuando de maneira espontânea, clara e objetiva.

## Como ser persuasivo ao falar

Persuadir é descobrir todos os meios disponíveis para influenciar os outros. Para atingirmos este objetivo, necessitamos ter credibilidade e passar a mensagem de maneira clara, objetiva e que prenda a atenção do ouvinte.

Vejam o caso do Presidente Lula. Sempre que ele recebe personagens do mundo artístico e esportivo, normalmente utiliza os instrumentos de trabalho destes profissionais – guitarra, câmera de cinema ou televisão, bola de futebol, etc. Com isso, ele diz para os telespectadores, “olha, eu sou igual a você. Me aceite e goste de mim”. Observe a maioria dos discursos e perceberá que o Presidente utiliza estorinhas e/ou metáforas facilmente compreendidas por todas as pessoas, principalmente quando ele fala através da TV e/ou rádio. Ele deseja ser entendido por todos os ouvintes. Fique de olho e você aprenderá com o Presidente, demais políticos, apresentadores de televisão e religiosos sobre a arte de persuadir e influenciar pessoas.

### Fatores importantes no processo de persuasão:

**Atitudes** – As atitudes referem-se a sentimentos positivos ou negativos que se tem sobre as pessoas, coisas e idéias. Você já observou quantas pessoas no mundo desejam se identificar com o jogador de futebol Ronaldinho? Geralmente buscamos ficar parecidos com as pessoas que admiramos, seja através do corte de cabelo, uso da camisa, da forma de vestir, de pensar, comprando produtos que os famosos anunciam, etc.

**Valores** – Os valores referem-se a diretrizes importantes que orientam sua vida. Tratar a outra pessoa com honestidade e cortesia representa um valor e poderemos ou não acreditar no comunicador, conforme os seus argumentos e de que maneira as idéias estarão em sintonia com os nossos valores.

**Credibilidade** – Se você tem alta credibilidade é porque a sua história, os seus valores, conhecimento sobre o assunto a ser comunicado, a maneira de vestir, falar e construir os argumentos são capazes de formar uma boa imagem a seu respeito.

**Importante** – Grave alguns programas de Sílvio Santos, comerciais de televisão e depois analise cuidadosamente as palavras, o testemunho de pessoas, imagens, iluminação, figurino dos atores e tudo que foi utilizado para informar, persuadir e divertir o telespectador.

## O Carisma do comunicador

O dicionário Aurélio tem as seguintes definições para a palavra carisma: força divina conferida a uma pessoa, mas em vista da necessidade ou utilidade da comunidade religiosa; atribuição a outrem de qualidades especiais de liderança, derivadas da sanção divina, mágica, diabólica ou apenas de individualidade excepcional; conjunto dessas qualidades especiais de liderança.

A pesquisadora americana Doe Lang identificou várias palavras que traduzem o que é carisma: **“Sedução, mágica, originalidade, atração, charme, dinamismo, presença, magnetismo, personalidade, confiança, força, poder, persuasão, desinibição, comunicação...”**

Recentemente fizemos um debate com os nossos alunos sobre o tema carisma e solicitamos que fossem analisadas atitudes comuns aos comunicadores famosos e como isso refletia no carisma e na capacidade de persuadir:

- Eles sorriem com facilidade;
- São persuasivos e dizem o que o ouvinte quer escutar;
- Sabem passar energia, entusiasmo e motivação;
- A grande maioria fala com clareza e objetividade;
- Trabalham adequadamente as técnicas do marketing pessoal;
- Realizam ações em favor dos mais carentes;
- Transmitem confiança, sucesso e alegria em viver;
- Geralmente exercem papéis de liderança;
- Muitos sabem ouvir com atenção.

Em seguida, pedimos aos alunos que avaliassem se estas características poderiam ser desenvolvidas. A resposta foi sim!

Não queremos com isso negar a influência hereditária e genética, porém acreditamos que algumas características confundimos como genéticas e que na verdade são copiadas dos modelos familiares (pais, irmãos, tios, avós) e de outras pessoas com quem relacionamos ao longo da vida, através dos livros que lemos, dos ídolos da tv, rádio, cinema, teatro, música, etc.

**Exercício** – Relacione quais comunicadores famosos e anônimos você acha carismático e o que pode aprender com eles!

## Exercício para você praticar em casa e no trabalho

Conforme afirmamos anteriormente, os exercícios são fundamentais para que você se torne um campeão da oratória e/ou vença a timidez. Seja determinado e coloque em prática estes e outros exercícios:

1) Em frente ao espelho, leia notícias de jornal como se fosse um locutor de rádio ou televisão. Interprete algumas canções, poemas e sonetos, dando-lhes sentimentos. Avise aos familiares que “não ficou maluco” e que é apenas um exercício para saborear as palavras;

2) Se tiver uma filmadora ou gravador, utilize para registrar o seu exercício e depois analise a sua voz, gestos, olhar, postura corporal, etc. Interrompa as partes que não gostou e faça novas apresentações;

3) Assista um bom filme no cinema ou em vídeo, observando os diálogos, os efeitos audiovisuais, a movimentação dos atores, as expressões faciais, tom e ritmo da voz. Sugestões de filmes: **O Advogado do Diabo; Casablanca; O Poderoso Chefão I; D. Juan de Marco; Cinema Paradiso. Para analisar a expressão corporal, sugerimos os filmes de Charles Chaplin – o inesquecível Carlitos;**

4) Assista à televisão com espírito crítico, observando as vozes (volume, ritmo e entusiasmo), as expressões faciais, as roupas dos apresentadores e atores, cenários e iluminação;

5) Analise os telejornais e perceba como os mesmos são concisos e harmonizam os recursos audiovisuais, combinando com a voz, gestos e posturas dos apresentadores. Eles dizem muito em pouco tempo;

6) Grave vários comerciais de televisão e analise os argumentos utilizados para persuadir o consumidor;

7) Procure assistir algumas palestras, conferências, seminários e cursos para o aperfeiçoamento das técnicas de comunicação;

8) Cante em casa e/ou em um videokê e pague vários “micos”. Comunicador que se preza tem que conviver com eles, pois são inevitáveis. Dance, descubra o lado lúdico da vida. Assista a um bom filme infantil e dê gostosas gargalhadas. Libere a criança que há dentro do seu coração;

9) Exercite seu corpo. Ande bastante. Escolha exercícios físicos que lhe agradem e aproveite-os para eliminar tensões. Se possível, participe de uma oficina de teatro. Este espaço é seu. Quais as suas dicas?



## Capítulo 5

### **Você é uma marca: - Saiba valorizá-la!**

Talvez você nunca tenha parado para pensar, mas, temos algumas semelhanças com os produtos e serviços que consumimos no dia-a-dia: Temos um nome; uma embalagem; atendemos necessidades; somos encontrados em um determinado local; cobramos pelos serviços e fazemos propaganda.

Façamos uma comparação com um produto que gostamos de consumir: - qual o seu nome (marca)? como é a sua embalagem? quais necessidades ele nos atende? aonde é encontrado? qual o preço? como ficamos sabendo da sua existência?

Semelhante aos produtos e serviços, também podemos desaparecer do mercado em função da concorrência, caso não reinventemos as nossas habilidades pessoais e profissionais.

É certo que em profissões autônomas, a exemplo de advogados, professores, médicos, dentistas, consultores, entre outras, estas comparações são mais facilmente identificadas. Porém, elas se aplicam a todos os profissionais.

Um outro aspecto importante é saber o que diferencia você dos outros profissionais. Vivemos num mundo extremamente competitivo! Comece agora mesmo a visualizar-se de modo diferente. Você é um “simples funcionário” da sua empresa ou é “membro de uma equipe”? Você faz falta na sua empresa? As pessoas gostam do seu trabalho? O que você fará se ficar desempregado?

### **Você faz Marketing Pessoal?**

A competitividade está cada vez mais acirrada no mundo profissional, o desemprego aumenta e desejamos estar entre aqueles que continuarão no mercado de trabalho. Para isso investimentos em novos conhecimentos - graduações, pós, MBA, mestrados, doutorados e idiomas. Com isso procuramos nos diferenciar dos demais profissionais.

É nesse contexto que entra o marketing pessoal. Conceituamos como marketing pessoal “o conjunto de habilidades intrínsecas ao seu corpo, a exemplo de cantar, dançar, vender, comunicar, transmitir conhecimentos”, destinadas a suprir necessidades de pessoas.

Para ficar mais fácil compreender este conceito, analisemos o caso do professor, um pianista, cantor, médico, político, cientista, entre outros. Esses profissionais trazem em suas cabeças conhecimentos e os utilizam através do corpo. Estes profissionais são seres humanos e ao mesmo tempo produtos (o que pode ser tocado) ou serviços (não se pode tocar), através dos conhecimentos e habilidades que adquiriram e vendem para os seus clientes.

Quando perguntamos aos alunos o que é marketing pessoal muitos afirmam que é fazer propaganda, é promover a própria imagem. É certo que também é isso, porém só a propaganda não é suficiente. ***É preciso ser competente, ético, corresponder às expectativas dos clientes.*** Muitas vezes somos induzidos a procurar ajuda de um determinado profissional em função de tê-lo visto na televisão. Entretanto, poderemos ter uma grande decepção entre o que foi prometido na TV e aquilo que efetivamente recebemos. Nesse caso, a propaganda foi enganosa e não conceituamos como um bom marketing pessoal.

**Importante** – O marketing pessoal somente poderá lhe ajudar se você for competente, ético e realmente corresponder às expectativas do cliente. Caso contrário ele trabalhará contra você!

***Caso você não faça marketing pessoal, assinale algumas das razões.***

- ( ) Você não foi criado assim. Na família e na escola pediram para não ser exibicionista
- ( ) Você não sabe como fazer
- ( ) Você presenciou exemplos negativos no trabalho e acha que isso é coisa de bajulador
- ( ) Por timidez e/ou medo de ser famoso
- ( ) Falta de tempo ou comodismo

É bom lembrar que construir um marca leva tempo e para ser destruída, bastam alguns minutos. Procure desenvolver competências que solidifiquem a sua marca pessoal, seja ético e construa um bom relacionamento com as pessoas, objetivando ajudar e ser ajudado por elas. A vida é feita de relacionamentos com pessoas.

**Exercícios** – Simule uma entrevista de emprego e fale sobre as suas competências e habilidades profissionais e pessoais;

Faça um anúncio para os “classificados do amor” anunciando as suas qualidades;

Vista-se de maneira mais elegante e fique em frente ao espelho olhando o seu novo visual. Analise o que gostou e o que pretende mudar.

**Plano de ação** – No verso, relacione ações que deseja colocar em prática para melhorar o seu marketing pessoal.

## **Faça a sua própria avaliação**

Após cada apresentação, procure avaliar o seu desempenho, atribuindo notas de zero a dez para os seguintes itens:

- a) Conhecimento dos temas abordados
- b) Postura corporal
- c) Clareza e objetividade na apresentação
- d) Voz
- e) Olhar
- f) Gestos
- g) Uso dos recursos audiovisuais
- h) Marketing Pessoal
- i) Interação com o público
- j) Vícios de linguagem
- k) Capacidade de persuasão

### 1) Relacione outros itens importantes

Dividir o total das notas pelo número de quesitos analisados.

Média:

**Premiação** – Após o seu show, compre uma medalha ou troféu e dê a si mesmo de presente. Não espere que as pessoas façam isso. Infelizmente a maioria não está preparada para estimular os iniciantes. Você vai gostar de ver a sua coleção de troféus e se lembrará destes gostosos momentos!

## Mensagem final

Amigo leitor, chegamos ao final dessa nossa viagem pelo mundo maravilhoso do livro e desejamos que as idéias aqui mencionadas possam ajudá-lo a melhorar a sua comunicação interpessoal e a oratória.

Vivemos a era do conhecimento e da troca de informações. Desenvolva o seu potencial de comunicador e terá uma nova habilidade profissional de grande importância para a Sociedade.

Não se acomode, treine exaustivamente e procure enfrentar os novos desafios. Tem um ditado popular que diz: “pé que não anda não toma topada”! Complementamos dizendo que “não conhece novos lugares e não realiza os seus sonhos”.

## Bibliografia

- ADLER, Stella – Técnica da Representação Teatral – Civilização Brasileira, 1988 - 144 p.  
BARBEIRO, Heródoto – Você na Telinha – Como usar a mídia a seu favor, Futura – 2002 – 135 p.  
BALLBACK J. e J. Slater – Marketing Pessoal – Ed. Futura – 2000 – 114 p.  
CARNEGIE, Dale – Como Falar em Público e Influenciar Pessoas no Mundo dos Negócios – Ed. Record – 1962 – 220 p.  
CLARK, Walter – O Campeão de Audiência - Ed. Best Seller – 1991 – 409 p.  
CUNHA, Albertino Aor da - Telejornalismo – Ed. Atlas – 1990 – 135 p.  
DILENSCHNEIDER, Robert L. – Poder e Influência – Dominando a Arte da Persuasão – Ed. Record – 1990 – 251 p.

- GIACOMANTONIO, Marcello – Os Meios Audiovisuais Ed. Edições 70 – 1976 – 196 p.
- JOLLES, Robert L. Como conduzir seminários e Workshops Ed. Papyrus 1995 - 281 p.
- KUSHNER, Malcolm Como Falar em Público – Ed. Campus e IDG, 2000 – 394 p.
- MACEDO, Cláudia; FALCÃO, Ângela; ALMEIDA, José Mendes Cândido – Ed. Brasiliense – 1988 – 301 p.
- OGILVY, David A Publicidade Segundo Ogilvy – Ed. Prêmio Editorial, 1985 – 235 p.
- PENTEADO, J. R. Whitaker – A Técnica da Comunicação Humana Pioneira, 1993, 325 p.
- PENTEADO, Lea – Um Instante, Maestro – Ed. Record, 1993 – 251 p.
- PIGNATARI, Décio – Signagem da Televisão – Ed. Brasiliense, 1984 – 171 p..
- POLITO, Reinaldo – Como falar corretamente e sem inibições- Ed.Saraiva, 1992 - 265 p.
- REIS, Antonio de Pádua – Oratória, Liderança e Eficiência Pessoal Ed. Atlas, 1964, 260
- SARTINI, Ione – Comunicação – Caminho para o Sucesso, TecnoPrint Ltda 1980 – 198 p.
- SODRÉ, Muniz – O Monopólio da Fala – Ed. Vozes – 1977 - 135 p.
- TEODORO, Gontijo – Jornalismo na TV, Ed. TecnoPrint, 1980 – 161 p.
- WEIL, Pierre e Tompakou, Roland – O Corpo Fala – A linguagem silenciosa da comunicação não-verbal – Ed. Vozes, 1990 – 288 p.