
COMUNICAÇÃO EFETIVA: O SEGREDO DOS LÍDERES DE SUCESSO



Cristiane Romano
ORATÓRIA COM LIBERDADE



INTRODUÇÃO

Muitos profissionais têm um vasto conhecimento e experiência no que fazem, mas só de pensarem em fazer uma apresentação em público [perdem o sono](#).

Eles sabem o que dizer, mas não sabem como desenvolver uma argumentação capaz de cativar o cliente e persuadir os interlocutores.

A boa notícia é que a habilidade de se comunicar bem não vem de berço. Qualquer um pode vencer a insegurança e se transformar em um exímio orador por meio de treinamento e [práticas de oratória](#).

Essa metodologia ajuda pessoas, principalmente aquelas em posição de liderança, a falar de forma clara e atrativa para os liderados, clientes e superiores, com técnicas que envolvem a [dicção](#), o uso das palavras certas e até a mudança de postura corporal.

Para te ajudar a vencer barreiras e problemas para falar com as pessoas que o cercam, criamos este material. Nele, você encontrará todos os recursos oferecidos pela oratória para o desenvolvimento da liderança. Continue a leitura e descubra como ela pode te transformar em um grande comunicador!





A COMUNICAÇÃO DO LÍDER



O filósofo grego Aristóteles já alertava a humanidade sobre o poder do discurso persuasivo para alterar o rumo das nações. E ele estava certo.

No contexto histórico, muitas vezes nos perguntamos o que fazia milhares de pessoas seguirem incondicionalmente, sem medir as consequências, as ideias de um único líder. Diversos aspectos estão envolvidos, mas o poder de oratória e de inspirar as pessoas por meio do seu discurso era a arma mais poderosa que essas figuras usavam.

No mundo dos negócios, a [influência da comunicação na liderança](#) acontece de maneira semelhante. Afinal, é por meio da comunicação que o líder inspira a sua equipe a realizar as tarefas e apresentar resultados, bem como lidar com superiores e também conquistar clientes.



O poder da oratória vai além das palavras que são ditas. Envolve um trabalho de observação, capacidade de entender as necessidades do público e, acima de tudo, de inteligência emocional.

Mahatma Gandhi; Alexandre, O Grande; Nelson Mandela e Martin Luther King Jr. também são exemplos de exímios oradores que conseguiram utilizar as suas habilidades emocionais para cativar multidões e deixar a sua marca na história.

A frase **“I Have a Dream” (eu tenho um sonho)**, de Luther King, entoada em 1963 na marcha pelos direitos civis, é lembrada até hoje nos debates raciais e serviu como influência para líderes atuais, como Barack Obama.

Seu discurso político se baseou na repetição de termos como “eu acredito”, que também fizeram os eleitores acreditarem e o elegerem o primeiro presidente negro dos Estados Unidos.

Profissionais que, assim como essas grandes figuras históricas, desenvolvem a habilidade de falar em público passam a imagem de confiança e de credibilidade que se espera de um líder e são capazes de persuadir, inspirar e motivar pessoas.

Mas, acima de tudo, são capazes de criar um legado.





RECURSOS VOCAIS



Além das palavras usadas, uma mensagem também é interpretada por meio da entonação, ritmo, velocidade e timbre da voz de quem está falando. Quantas vezes, ao falar com alguém ao telefone, criamos uma imagem totalmente diferente de quem a pessoa é na realidade?

Por isso, os recursos vocais são muito importantes na carreira de professores, jornalistas, advogados e políticos, que precisam repassar informações sob diferentes contextos e ainda assim conseguir envolver o público.

Transmitir uma notícia emotiva com um tom de voz agressivo, explicar um conteúdo falando aceleradamente ou tentar convencer um júri da inocência de um réu aos gritos pode produzir efeitos negativos no trabalho desses profissionais.



Assim como eles, os líderes também precisam prestar atenção aos aspectos da sua fala. Os mais importantes são o ritmo e a entonação. Acelerar as palavras dificulta a compreensão dos liderados e demonstra [insegurança](#). Já aumentar o tom de voz pode dar uma ideia de agressividade, que você também não deseja passar.

Um bom exercício para treinar os recursos vocais é ler textos em voz alta. Com essa prática, é possível observar a pronúncia das palavras, identificar pontos de pausas e frases que merecem ênfase.



Outra dica é gravar a própria voz. Peça aos seus amigos ou familiares para ouvir e pergunte se eles gostam do seu tom de voz, se o ritmo de fala é muito acelerado ou o volume é muito alto.

Ter uma boa percepção sobre os seus recursos vocais é uma maneira de identificar o que precisa ser trabalhado (até mesmo com a ajuda de profissionais em fonoaudiologia) e usar esse recurso a seu favor com o passar do tempo.





RECURSOS VERBAIS



O recurso verbal é o conteúdo da mensagem, o que você deve escolher falar com os liderados. Para que o seu discurso seja bem construído e a comunicação seja clara, é preciso prestar atenção a 3 aspectos:



ASPECTOS VERBAIS DE UM BOM DISCURSO

CONTEÚDO

Antes de transmitir uma mensagem, é fundamental dominar bem o conteúdo dela. A principal característica de um bom orador é a sua segurança sobre o que está sendo dito. Ela torna a fala mais fluida, natural e autêntica. Acima de tudo, ter autoridade sobre o assunto transmite credibilidade, o que conquista a confiança de quem está ouvindo.

LINGUAGEM

Dominar a linguagem também é fundamental para desenvolver a oratória. Erros de pronúncia ou de português podem ter um impacto negativo e diminuir a capacidade do orador diante do público.

Essa linguagem também precisa ser próxima de quem ouve. Usar palavras muito rebuscadas com um público mais jovem ou com baixa escolaridade pode produzir um efeito negativo. O mesmo vale para o uso de gírias e coloquialidade em situações que exigem o contrário, como uma entrevista ou reunião com superiores.



ESTRUTURA



Todo discurso precisa contar uma história que desperte um sentimento no interlocutor — empatia, comoção, revolta, ânimo — de acordo com o interesse do orador.

Por isso, não basta saber o que será dito: também é preciso organizar a mensagem de maneira lógica, por meio de uma estrutura bem construída de argumentos.



DICAS PARA PRATICAR OS RECURSOS VERBAIS

Existem algumas maneiras de praticar a fim de dominar os recursos verbais e garantir que o seu discurso tenha um efeito positivo:

PRATIQUE A ESCUTA ATIVA

Mesmo que você tenha 50 pessoas em sua equipe, todas terão modelos mentais distintos e expectativas bem diferentes. O primeiro passo para não cometer erros e obter o efeito que deseja é perceber quem é o seu interlocutor, qual é a sua cultura e vivência e falar a sua língua. Dessa maneira, ele vai não apenas te ouvir, mas também absorver o que você tem a dizer.

DÊ UM TOQUE PESSOAL

A ciência já comprovou que o cérebro responde melhor a uma narrativa do que a uma dissertação. Por isso, ao orientar e se comunicar com as pessoas, traga um pouco de personalidade ao que está sendo dito. Por exemplo, em vez de construir um longo texto sobre as metas da empresa, você pode contar uma história que estimule a imaginação e visualização de imagens, ou fazer associações com exemplos da vida real.





FALE COM AS PESSOAS

Se a sua intenção é criar um discurso persuasivo, não deixe de desconstruir os seus argumentos. Isso significa não se prender a uma linguagem que talvez não produza o efeito desejado.

Ao conversar com as pessoas, não fale para elas e, sim, com elas. Preste atenção às reações da plateia, faça perguntas e ouça a opinião. Questões simples como: “de que maneira?” ou “o quê?” podem te ajudar a entender melhor o interlocutor e mostrar as ferramentas ideais para persuadi-lo.





RECURSOS NÃO VERBAIS

A maior riqueza de informações sobre uma pessoa está na comunicação não verbal. Mesmo em silêncio, os seus gestos, postura e até mesmo o lugar onde você fixa o seu olhar dizem muito sobre você.

A psicologia já desenvolve trabalhos que estudam a [linguagem corporal](#) das pessoas, com o intuito de entender os seus desejos, emoções e até a veracidade do que elas estão contando.



Estudos do psicólogo Albert Mehrabian, em 1967, revelaram que, quando desejamos transmitir uma mensagem, o que dizemos representa apenas 7% de como ela será compreendida. Os outros 93% se referem ao nosso tom de voz (38%) e linguagem corporal (55%).

Um discurso normal se diferencia de um poderoso pela atração e autoridade que o locutor desperta.

Quando se trata de liderança, o que se espera de um líder é que ele pareça carismático, forte e confiante — e isso se apresenta pela imagem, vestimenta e comportamento.





Durante uma [apresentação em público](#), reuniões ou em conversas casuais com os seus colaboradores e clientes, alguns comportamentos indicados são:

- manter uma postura ereta e elegante;
- movimentar-se com calma e confiança;
- usar as mãos para enfatizar aspectos como quantidade, direção e tamanho;
- gesticular naturalmente; e
- posicionar-se em um local onde todos possam vê-lo.

Já outros devem ser evitados, como:

- manter uma postura rígida ou cabisbaixa;
- gesticular exageradamente;
- cruzar os braços;
- movimentar-se muito rapidamente ou balançar o corpo para frente e para trás;
- fixar o olhar em objetos, como o chão e o teto;
- repetir tiques nervosos e cacoetes;
- não manter contato visual com as pessoas;
- esconder-se do campo de visão de todos; e
- usar roupas inadequadas, amarrotadas ou que desviem a atenção.





Também é importante que você utilize os recursos não verbais para “ler” os ouvintes, porém cuidado para não julgar.

Medir a recepção do público (se ele parece desatento, entediado ou desconfortável) te ajudará a ajustar a sua oratória e as expressões usadas a fim de atrair a atenção e despertar interesse.

Uma vez sintonizada a sua linguagem corporal com a verbal e vocal, as mensagens que você deseja transmitir se tornarão mais claras e relevantes e você, o líder que tanto deseja ser.



RETÓRICA E FEEDBACK



Diferente da oratória, a retórica está ligada à capacidade do orador de persuadir o interlocutor. Não é algo vinculado unicamente à fala e pode ser expressado também por escrito.

Na Idade Média, a retórica tinha a mesma importância da lógica e da gramática e foi elevada ao patamar de uma arte.

Foi um dos elementos mais importantes da educação ocidental, com matérias inteiras dedicadas à construção e declamação de discursos.



No mundo empresarial a retórica é muito importante para quem trabalha com a linguagem, como advogados, juízes e jornalistas, e é um recurso fundamental na comunicação de executivos com os liderados. Isso é especialmente importante no retorno sobre a sua atuação e o que a empresa espera que eles façam, algo também conhecido como feedback.

Muitos líderes se sentem inseguros ou não sabem como dizer o que pensam a um colaborador sem ofendê-lo ou causar conflitos. Mas com um discurso bem construído, ele dificilmente precisará utilizar o poder ou a autoridade para conseguir o que quer desse colaborador ou estimular a sua melhoria.

A retórica traz com ela o poder de aliar conteúdo, linguagem e expressão de uma mensagem por meio da persuasão.

De maneira mais popular, a oratória é conhecida “a arte de falar bem”, enquanto a retórica é a “arte do convencimento”.

Aliar essas duas metodologias é uma maneira de construir uma liderança forte, com uma linguagem e um discurso motivador, que inspire liderados e impulse ainda mais os resultados.





MOTIVAÇÃO DA EQUIPE

Motivação da equipe



Espera-se que o líder não apenas estipule metas e compartilhe a visão que está tentando realizar mas, também, seja capaz de mover as pessoas na direção desejada — e essa capacidade de inspirar pessoas é exclusiva aos grandes comunicadores.

Eles conseguem criar uma conexão pessoal e emocional que motiva quem está ao seu redor.



Mandela, Eva Perón, Gandhi e Winston Churchill são alguns exemplos de líderes que transformaram a voz na sua principal “arma” para mudar o mundo. E você pode fazer o mesmo no seu ambiente de trabalho.

Além dos fatores fisiológicos, da sensação de segurança e da convivência social, um dos maiores fatores de motivação para os seres humanos é o reconhecimento. As pessoas gostam de se sentir especiais e encontrarem um propósito no que fazem. Profissionalmente isso é ainda mais forte, principalmente em períodos de crise, quando as dificuldades podem diminuir o nível de produtividade.

Por meio de um discurso otimista, sincero e empático, o líder pode aumentar a autoestima da sua equipe, valorizar as vitórias e ideias, reconhecer os méritos, se aproximar da equipe e estimular a motivação. É importante que esse discurso também seja aliado a ações. Seja um exemplo para os seus colaboradores e, em troca, eles farão o melhor por você.





CONCLUSÃO



Exercer a liderança é um exercício constante de comunicação. Por isso, todo gestor deve buscar uma melhora contínua na sua oratória por meio dos recursos vocais, da linguagem corporal e das técnicas de discurso.

Quando bem ditas, as palavras podem mudar a forma como as pessoas enxergam a si mesmas e o ambiente que as cerca. E quem consegue falar diretamente às suas necessidades, de uma maneira que elas estão prontas para ouvir, ganha confiança, respeito e admiração.

E qual líder não sonha com isso?





Fonoaudióloga, Palestrante, especialista em voz e pesquisadora, **Dra. Cristiane Romano** atua como Coach Executive e acompanha seus clientes no desenvolvimento de oratória e comunicação.

Desenvolveu, validou e patenteou a metodologia Coaching Communication®, promovendo cursos, treinamentos e palestras para empresas pelo Brasil e exterior. Mestre e Doutora em Expressividade pela Universidade de São Paulo (USP), Cristiane já tem 15 anos de mercado, sendo também coautora de 4 publicações.

Para conhecer um pouco mais sobre o trabalho da **Dra. Cristiane Romano**, acesse o site, curta as páginas nas redes sociais e assine a newsletter do blog para não perder uma novidade sequer!

