



Disponível em
<http://www.anpad.org.br/rac>

RAC, Curitiba, v. 14, n. 1,
pp. 189-190, Jan./Fev. 2010



Resenhas Bibliográficas:

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO EM GRUPO: COMO SE APRESENTAR EM EVENTOS EMPRESARIAIS E ACADÊMICOS.

Maria Helena da Nóbrega. São Paulo: Atlas, 2007. 157 p. ISBN 9788522446322.

Por Milton Jonas Monteiro (Face/Unb).

As empresas cada vez mais, devido a acirrada concorrência, necessitam de pessoas que apresentam competências comunicativas, tanto para conquista de clientes como para liderança de grupos, negociações, apresentações de projetos, produtos etc. Daí, no que concerne a falar em público, questões comuns como preparação do assunto, exposição, argumentação, persuasão, postura e erros de linguagem fazem parte das preocupações desses apresentadores. Para tanto, 'Estratégias de Comunicação em Grupo: Como se apresentar em eventos empresariais e acadêmicos' exige, quanto à necessidade, e fornece, quanto ao livro, um conjunto de habilidades e medidas importantes na carreira de qualquer desses profissionais.

A autora Maria Helena da Nóbrega é doutora em Filosofia e Língua Portuguesa pela FFLCH/USP; atuou como pesquisadora na Universidade de Oxford e foi professora-leitora durante dois anos na Universidade de Aarhus (Dinamarca). Atualmente, ela leciona na USP, tendo experiência na área de Letras, com ênfase em Língua Portuguesa, atuando principalmente nos seguintes temas: língua portuguesa, funcionalismo, ensino de língua materna e gramática normativa. Essa vasta experiência, juntamente com a observação direta e outros estudos disponíveis, está sintetizada num conjunto de 157 páginas organizadas em oito capítulos, objetivando fornecer um leque de normas técnicas e sugestivas para se obter boas apresentações.

No primeiro capítulo, **Para falar bem, use mais do que palavras**, a autora discorreu basicamente sobre as diferenças entre a linguagem escrita e oral, focalizando a importância e o uso deste último nas palestras, uma vez que, para produzir efeito positivo na apresentação, é primordial ao orador aproveitar um conjunto de recursos supersegmentais, como tom da voz, pausas, gestos, entonação, velocidade etc. e recursos paralingüísticos: gestos, olhar, movimentação corporal etc.

Nos Três capítulos subsequentes: **Transpiração: sem o público**, **Inspiração: com o público** e **Como estruturar o conteúdo** encontram-se as recomendações para as etapas que vão desde a preparação do assunto até a sua exposição. Para ela essa transpiração, explanada no segundo capítulo, consiste em dedicação, disciplina, persistência, pesquisa incessante sobre o tema, planejamento da apresentação, treinamento, escolha da roupa, preparação do local e trabalho do anseio e medo, subitens que foram todos analisados no segundo capítulo. No capítulo 3, Nóbrega considera que, após a transpiração, chega o momento de pôr em prática tudo aquilo que se planejou. Conseqüentemente, a **inspiração: com o público** mereceu a atenção da autora nos seguintes pontos que enlaçará o orador e a platéia: perfil e comportamento do público, controle do tempo, controle da respiração e ânimo.

As particularidades da estrutura do discurso, como abertura, desenvolvimento e conclusão, são discutidos no quarto capítulo. Com relação a esses três momentos, considerações como as seguintes (e outras apresentadas no livro) são de suma importância para cativar o público e atingir o objetivo da apresentação: anunciar a palestra com título apelativo, atraente e sedutor; utilizar tópicos e subtópicos, evitando excesso de informações, gráficos, tabelas, detalhes técnicos que cansam o público e, por fim, lembrar no desfecho, os pontos principais e encerrar com os agradecimentos. Ainda nesse capítulo destaca-se o subitem **argumentação e persuasão** e as várias formas de desenvolvê-las: enumeração, exemplificação, testemunho, estatística, citação, comparação e fatos.

A linguagem verbal e a não-verbal é tratada nos capítulos 5 e 7 respectivamente; o sexto capítulo aborda as várias formas de obter interação com o público. Quanto ao primeiro, Maria Helena refuta que a habilidade lingüística tem de ser constantemente aprimorada, a começar pela pronúncia e correção lingüística; estende-se a outros pontos, como vocabulário, vícios de linguagem, modismos e erros crassos. Este último consiste em desvios da gramatical tradicional e são muito comuns no dia-a-dia. Daí a necessidade de ela dar atenção a alguns desses erros no final do capítulo 5. Quanto a **linguagem não-verbal**, cabe considerar que é indispensável ter cuidados especiais na utilização de voz, gestos, mãos, postura, contato visual, expressão fisionômica e movimentação.

Em **como criar interação**, capítulo 6, apresentam-se as técnicas de como fazer e como responder às perguntas; usos de exemplos e casos; bom humor e recursos que geram simpatia. Com efeito, para acompanhar a adequada utilização da linguagem corporal apresentada anteriormente; no penúltimo capítulo encontra-se uma gama de recursos audiovisuais que “quando bem empregados, acrescentam requinte à mensagem” (p. 115). Esses recursos disponíveis (quadros, *flip chart*, projetor de *slides*, video-teipe, DVD, retroprojetor, projetor multimídia etc.) podem ser muito proveitosos para tornar a apresentação mais agradável ao público, servir como elemento de apoio e facilitar a exposição do tema.

Finalizando a obra, Maria Helena não deixou de destinar o último capítulo, **Dúvidas Frequentes**, para expor e a elas responder vinte e uma entre as várias perguntas inquietantes que são muito comuns no ciclo daqueles que falam em público. Por exemplo: que fazer em relação à pergunta a que não sabe responder ou que são meras provocações; “Tenho muito, MUITO medo de falar em público. Só de pensar nessa possibilidade, já fico nervoso. Como resolver isso?” (p. 149).

Após uma leitura agradável, atenta e proveitosa da obra, cabe sublinhar, pelo menos, dois pontos. Primeiro, ficou a desejar a exploração da **estratégia de comunicação em grupo: como se apresentar em encontros empresariais**, visto que, ao contrário do que sugere o título, foi abordada basicamente apenas “estratégias em palestras” mais do que em eventos empresariais. Segundo, como tentei mostrar, no livro foram exploradas questões importantes para as apresentações empresariais e acadêmicas. E é por isso que o livro merece ser lido por todos aqueles que almejam bom desempenho nas palestras e apresentações.

Caracterizando ainda mais esse livro como contribuição prática, apresentando orientações úteis para os indivíduos que precisam expor em situações diversas, a autora, com linguagem menos técnico-científica e que possibilita a compreensão do assunto, explorou um dos aspectos mais questionáveis e enfrentados por esses profissionais e acadêmicos: a arte de falar em público quando um dos requisitos é a eloquência para o alcance do êxito.

Reconhecendo que nenhuma obra humana é perfeita, entendo que faltou melhor estruturação e desenvolvimento dos capítulos, visto que há repetições de algumas idéias no decorrer do livro. Finalmente, aproveitando as expressões da autora, no final do primeiro capítulo, ao referir a manutenção das mãos no bolso, ao falar em público, vale lembrar (relação a tudo quanto é abordado no livro) que todas “as sugestões são válidas, se considerados os contextos em que elas ocorrem. Toda recomendação pode ser infringida em algum momento.” (p. 11).