

NÓBREGA, Maria Helena da. *Estratégias de comunicação em grupo: como se apresentar em eventos empresariais e acadêmicos.* São Paulo: Atlas, 2007.

Milton Jonas Monteiro

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 falar em público, questões comuns como preparação do assunto, exposição, argumentação, persuasão, postura, 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 a 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 Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP); atuou como pesquisadora na Universidade de Oxford (Inglaterra) 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 as diferenças entre a linguagem escrita e oral, focalizando a importância e o uso deste último nas palestras. Pois, para produzir um efeito positivo na apresentação, é primordial ao orador aproveitar um conjunto de recursos suprasegmentais (tom da voz, pausas, gestos, entonação, velocidade etc.) e paralingüísticos (gestos, olhares, movimentação corporal, etc).

Nos Três capítulos subseqüentes: “Transpiração: sem o público”, “Inspiração: com o público” e “Como estruturar o conteúdo”; encontram-se as recomendações para as etapas que vai desde

a preparação do assunto até a exposição do mesmo. 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 chegar-se-á o momento de pôr em prática tudo aquilo que se planejou. Por conseguinte, a “inspiração: com o público” mereceram 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 animo.

As particularidades da estrutura do discurso: 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 um título chamativo, atraente e sedutor; utilizar tópicos e subtópicos, evitando excesso de informações, gráficos, tabelas, detalhes técnicos que cansam o público e, por fim, relembrar 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 desenvolver os mesmos: enumeração, exemplificação, testemunho, estatística, citação, comparação e fatos.

A linguagem verbal e a não-verbal é tratada nos capítulos 5 e 7 respectivamente; sendo resguardado o sexto capítulo para abordar as várias formas de obter interação com o público. Quanto ao primeiro, Maria Helena refuta que a habilidade lingüística tem que ser constantemente aprimorada, a começar pela pronúncia e correção lingüística estendendo a outros pontos como: vocabulário, vícios de linguagem, modismos e erros crassos. Este último consiste em desvios à gramatical tradicional e são bastantes comuns no dia-a-dia. Daí a necessidade de ela dar atenção a alguns desses erros no final do capítulo 5. Segue-se os seguintes exemplos: “fazem cinco anos que pesquiso este tema”; “*Vou estar tratando* de temas da atualidade”, “*há dois anos atrás* eu realizei uma palestra nesta cidade”; “vou ministrar um curso *gratuito* no próximo semestre”; “espero que exista uma boa sintonia *entre eu e vocês*”; etc. Quanto a “linguagem não-verbal” cabe considerar que é indispensável cuidados especiais à utilização de voz, gestos, mãos, postura, contato visual, expressão fisionômica e movimentação. Estes pontos (que vão também estabelecer o grau do desempenho do orador) são bem debruçados nesse capítulo.

Em “como criar interação”, capítulo 6, é apresentado as técnicas de como fazer e responder as 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 encontram-se uma gama de recursos audiovisuais que “quando bem empregados, acrescentam requinte à mensagem”. Esses recursos disponíveis (quadros, flip chart, projetor de slides, video-teipe, DVD, retropejetor, projetor multimídia etc.) podem ser bastantes proveitosos para tornar a apresentação mais agradável ao público, servir como elemento de apoio e facilitar a exposição do tema. No entanto, a autora achou por bem fechar

o capítulo com a seguinte admoestação: “A tecnologia, se bem utilizada, ajuda a apresentação, mas é o ser humano que faz a diferença. O olhar, a naturalidade dos gestos, a voz envolvente, a segurança e simpatia, tudo isso deve ficar acima dos recursos tecnológicos”.

Finalizando a obra, Maria Helena não deixou de destinar o último capítulo, “Dúvidas Frequentes” para expor e responder vinte e uma entre as várias perguntas inquietantes que são bastantes comuns no ciclo daqueles que falam em público. Por exemplo: “O que fazer em relação à pergunta a que eu não sei responder?”; “Como reagir a perguntas que são meras provocações, agressões mal dissimuladas?”; “Como responder perguntas completamente fora do tema?”; “Como devo agir quando esqueço o que falar ‘dá branco’ ”; “O que fazer quando, devido a um imprevisto, a apresentação tiver que ser reduzida à metade do tempo previamente combinado?”; “Tenho, muito, MUITO medo de falar em público. Só de pensar nessa possibilidade, já fico nervoso. Como resolver isso? – medo de esquecer o que dizer, da rejeição da platéia, de público bem preparado intelectualmente, de olhar para as pessoas, de sobrar ou faltar tempo, de começar e de finalizar a apresentação, de cometer erros gramaticais”; entre outras questões que se encontram no capítulo 8.

Após uma leitura agradável, atenciosa 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 somente “estratégias em palestras” do que eventos empresariais. Segundo, como tentei mostrar, no livro foi explorado questões importantes para as apresentações empresariais e acadêmicas. E é por isso que o livro vale ser lido por todos aqueles que almejam um bom desempenho nas palestras e apresentações.