

Liderar é saber comunicar

ANA SANTIAGO DIZ QUE A ATITUDE DOS LÍDERES TAMBÉM É CRUCIAL EM TEMPOS DE CRISE

FRANCISCO JOSÉ CARDOSO
fcardoso@dnoticias.pt

Saber comunicar em público é meio caminho para o sucesso profissional, empresarial e, por conseguinte, a liderança de equipas. É com esta ideia que Ana Santiago veio dar formação no MBA (Master in Business Administration) em Gestão, que tem sido levado a cabo pela Ordem dos Economistas da Madeira, em colaboração com o Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT).

No seminário que proferiu, Ana Santiago abordou o "Desenvolvimento de Comunicações", na perspectiva de dar evidência à forma de falar em público, dado que hoje em dia "é necessário no mundo do trabalho, em reuniões com clientes, quando por vezes temos de dar a cara pela empresa na Comunicação Social, em determinados acontecimentos em que o empresário ou gestor tem que, de facto, fazer intervenções da melhor forma para não comprometer a imagem pessoal e profissional", resume.

Uma formação que, necessariamente, teve de ser muito prática. "As tecnologias, hoje, também são cruciais para as apresentações, como auxiliares do discurso", acrescenta esta especialista. A motivação, autoconfiança e preparação, documental e de postura, de dicção e de imagem, são outros vectores de importância nesta perspectiva do discurso em público.

"É certo que estamos a falar de apenas oito horas de aprendizagem [tempo que durou a formação]", lembra. "Eu diria que este é um trabalho que começou aqui ou continuou, se é que já o tinham iniciado, mas que acima de tudo serviu para motivar os 16 formandos, fazê-los reflectir sobre aspectos importantes. Tais como uma boa preparação, um bom treino. Tudo na vida se pode treinar, inclusive esta questão do discurso. Por exemplo, um político que sabe fazer bons discursos, por vezes, não tinha essa capacidade quando se iniciou a carreira. As pessoas vão aprendendo e se soltando naturalmente".

E para ter eficácia no discurso



Ana Santiago defende que para a comunicação em público é importante a autoconfiança e a preparação. FOTO FRANCISCO JOSÉ CARDOSO

público, ou seja, captar o interesse da plateia, a pessoa que o faz terá de perder o medo. Ana Santiago recorda que "um dos principais medos no Mundo, tal como ter medo da morte, é o de falar em público". Algo que vem de "condicionamentos" da nossa atitude. "Talámos de preparação, que é importante tanto no discurso como na apresentação multimédia (em Power Point, por exemplo), que tem de ser dinâmica, interessante e com imagens", reforça. "Mas acima de tudo, a atitude positiva, o entusiasmo e o facto de dominarmos muito bem uma matéria, é meio caminho andado para podermos ser oradores de sucesso. Seja em que contexto for".

Como exemplos de personagens e líderes mundiais, famosos pelos seus discursos em público, Ana Santiago aponta Al Gore (ex-vice-presidente dos EUA), Barack Obama, Winston Churchill (ex-primeiro ministro britânico durante a II Guerra Mundial), pela positiva, ou até de Adolf Hitler, num estilo totalmente oposto. "Para o bem ou para o mal, os 16

formandos foram incentivados a indicar um orador de renome", salienta. "A análise técnica da diversidade de discursos é componente da estrutura da formação. Independentemente do objectivo, analisámos a firmeza com que proferiram discursos e de como foram capazes, eventualmente, de influenciar multidões".

Isto tudo para chegar à ideia de liderança, principal aspecto do sucesso das empresas. "O líder, o chefe, o director de uma unidade hoteleira ou o responsável de uma empresa, por exemplo, têm de

conseguir que os seus colaboradores de alguma forma sejam os tais seguidores", garante. "Por vezes são chefes, não líderes. Acredito que a liderança passa muito pela comunicação, tal como pela atitude, pela postura na vida, pela forma de estar e ser capaz de mobilizar as pessoas dessa forma", sentença.

Aqui reside a diferença entre um orador capaz de fazer-se ouvir durante três, quatro ou mais horas, e os outros capazes de "fazer adormecer" um auditório em minutos. Aliás, como refere, a "ener-

gia positiva" do discurso é, nos tempos de crise que se vivem, "fundamental para motivar" os que estejam com pessimismo. Para tal há quatro fases do discurso público: "Conseguir que a audiência preste atenção ao que está a dizer; ser capaz de ficar interessada no que o orador está a dizer; tenham vontade de seguir aquilo que está a ser dito; e, também que elas ajam nesse sentido. É a técnica da AIDA (Atenção, Interesse, Desejo e Acção), que praticamente vai medir o impacto do discurso na audiência", conclui Ana Santiago.

CURRÍCULO

Ana Santiago tem uma pós-graduação em Ciências da Comunicação, especialização em Comunicação, Cidadania e Educação, pela Universidade do Minho, em Braga. Fez uma licenciatura em Relações Públicas pela Universidade Fernando Pessoa, no Porto. É formadora/consultora nas áreas de Comunicação, Relações

Públicas, Organização de Eventos, Atendimento, Gestão da Imagem Pessoal, Gestão do Tempo e Marketing, desde 2001. Também é docente da disciplina de Relações Públicas do curso de Gestão Hoteleira, no Instituto Superior de Espinho (ISEP), desde 2005. No currículo, também destaca o trabalho como consultora de Marketing e Comunicação na

empresa 'Bússola - Pesquisa de Mercado e Comunicação, Lda', oradora/moderadora em diversos encontros temáticos nas áreas já referidas e, ainda, coordenadora de eventos empresariais em diferentes organizações. Por fim, é directora de Marketing da 'FutureTrends - Pesquisa e Desenvolvimento Organizacional, S.A.' e do IPDT.