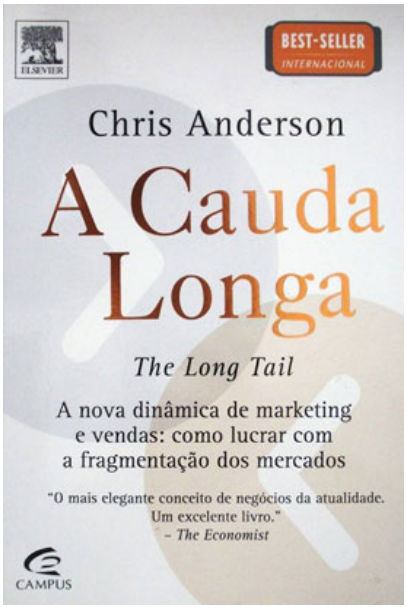
# Descubra os Melhores Livros de Comunicação

Se você quer encurtar o caminho rumo às suas metas, uma boa dica é investir em habilidades como relacionamento interpessoal, linguagem corporal, persuasão, domínio da mente e das ferramentas da internet, entre outras. Para isso, os livros de comunicação serão sempre seus fortes aliados.

Neste post, nós selecionamos 13 sugestões que são verdadeiras preciosidades. Vale a pena prestar atenção a tudo o que esses renomados autores estão disponibilizando para você. Ou seja, aprenda com quem entende do assunto!

## 13 livros de comunicação imperdíveis

### A Cauda Longa – Chris Anderson




Chris Anderson defende que existe uma curva de demanda estabelecida em qualquer setor: os produtos mais consumidos (os hits) geram a maior demanda e os menos consumidos geram a menor demanda.

Enquanto os hits são a cabeça da curva, os produtos de nicho, com menor demanda, representam a cauda longa, o rabo da curva. Aí vem a grande sacada.

Anderson afirma e prova com argumentos claros que satisfazer a várias e específicas necessidades de inúmeros nichos de mercado bem definidos pode trazer tanto e, em muitos casos, até mais sucesso a uma empresa do que tentar atrair o maior público possível com um único produto

Em Cauda Longa, que é um dos destaques entre os livros de Comunicação, você vai conhecer as novas e bem-sucedidas dinâmicas do mercado para criar produtos que os consumidores querem e/ou precisam.

## A Coragem de Ser Imperfeito – Brené Brown

A cultura de não ser bom o bastante leva muita gente a jogar para escanteio assuntos como vulnerabilidade, medo, vergonha e imperfeições. Mas Brené Brown abraçou o desafio de debater esses temas, nessa obra que se destaca na lista dos melhores livros de comunicação.

Coragem de Ser Imperfeito mostra que, longe de ser uma fraqueza, a vulnerabilidade é sinal de coragem. Ao mesmo tempo, afirma que, quando fugimos de emoções complicadas, como o medo e a decepção, também nos fechamos ao amor, aceitação e à criatividade.

Por isso, Brown garante: se você quer ter uma vida plena, encare as incertezas, riscos e se exponha emocionalmente.

Aliás, esse livro está entre os mais vendidos na Amazon.com. A relevância do tema, associada ao talento da autora colocaram essa obra em destaque, também, no The New York Times.

# As Armas da Persuasão – Robert Cialdini

Essa é uma aula sobre como influenciar e não se deixar influenciar pelas pessoas. Por isso é considerado um dos livros de comunicação que você deve acrescentar em sua biblioteca.

Robert Cialdini é PhD em psicologia e, segundo ele, existem 6 princípios fundamentais que geram mudança. Assim, você precisa aprender a dominá-los e se defender deles, caso queira entender como a persuasão funciona. Desta forma, você não cairá nas peças que nossa mente nos prega, quando alguém tenta nos convencer a fazer algo.

Os 6 princípios de Cialdini são:

1. **Princípio da Reciprocidade** – o ser humano sempre busca pagar com gratidão aquilo que é dado pelas outras pessoas.
2. **Princípio do Compromisso e Consistência** – uma vez que tomamos uma decisão, não queremos ter que voltar a pensar sobre aquele assunto novamente.
3. **Princípio da Prova Social** – decidimos o que é correto, descobrindo o que as outras pessoas acham que é correto.
4. **Princípio da Atração** – somos mais propensos a sermos influenciados pelas pessoas que gostamos.
5. **Princípio da Autoridade** – quando há uma figura de autoridade, é maior a probabilidade de as pessoas agirem de forma obediente, mesmo se essa autoridade for ilegítima.
6. **Princípio da Escassez** – muitas vezes, a simples ideia de perder algo, nos motiva mais do que a ideia de ganhar outra coisa de valor similar.

Entenda como tudo isso funciona, com Robert Cialdini.

## Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas – Dale Carnegie

Não é por acaso que essa obra já vendeu mais de 50 milhões de exemplares, desde a sua primeira edição, em 1936. Pelo contrário, o sucesso de "Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas" é resultado da riqueza de informações, que continuam atuais como nunca.

O autor dá uma verdadeira aula sobre relacionamento interpessoal. Segundo ele, a prosperidade depende da nossa capacidade de comunicação, liderança e de promover o entusiasmo das pessoas ao nosso redor, inclusive, no local de trabalho.

Esse é um dos livros mais vendido da história, com lugar garantido na biblioteca de todas as pessoas que buscam o desenvolvimento pessoal ou profissional.

E, é claro, que Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas é um dos livros para melhorar a comunicação que você deve ler.

## Comunicação Não-Violenta – Marshall B. Rosenberg

Essa é uma obra sobre como aprender a se comunicar melhor. Ela está cheia de técnicas para aprimorar os seus relacionamentos pessoais e profissionais e reduzir a violência no mundo.

A Comunicação Não-Violenta (CNV) se baseia em habilidades de linguagem e comunicação que fortalecem a capacidade de continuarmos humanos, mesmo em condições adversas. Portanto, a CNV nos ajuda a reformular a maneira pela qual nos expressamos e ouvimos os outros.

De acordo com Marshall B. Rosenberg, à medida que a CNV substitui nossos velhos padrões de defesa, recuo ou ataque diante de julgamentos e críticas, vamos percebendo a nós e aos outros, assim como nossas intenções e relacionamentos, por um enfoque novo.

Num nível mais profundo, ela é um lembrete permanente para mantermos nossa atenção concentrada onde é mais provável acharmos o que procuramos. Quando nos entregamos de coração, nossos atos brotam da alegria que surge e resplandece sempre que enriquecemos de boa vontade a vida de outra pessoa.

## Desvendando os Segredos da Linguagem Corporal – Allan Pease

O nosso corpo fala. E fala muito mais do que muita gente

imagina. Por isso, “Desvendando os Segredos da Linguagem Corporal” está em nossa lista dos livros de comunicação que você deve conhecer.

O foco deste livro é como utilizar a linguagem do corpo da maneira correta, para influenciar os outros e obter autoridade. E o autor cita três dicas para você treinar a leitura dos gestos. Veja:

**1. Leia gestos em “clusters”**

Os gestos vêm em frases chamadas clusters, que revelam a atitude ou os sentimentos de uma pessoa. Por exemplo, se alguém tem os braços e as pernas cruzados (sinal de defesa), a cabeça e o queixo voltados para baixo (hostilidade) e a mão segurando o queixo (tédio).

**2. Procure por congruências**

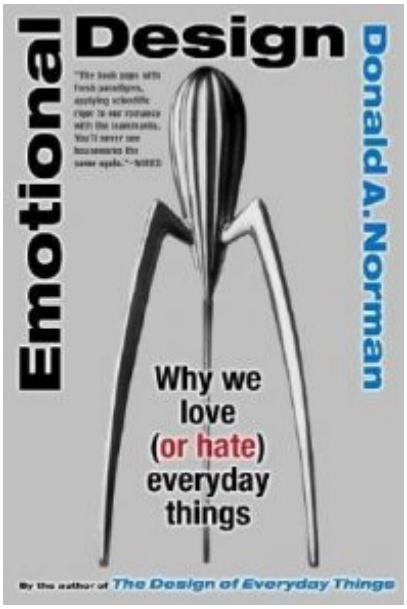
Por exemplo, digamos que alguém discorde de você. Sua linguagem corporal se alinhará com suas frases verbais. Se a pessoa concordar, mas seu corpo discordar, isso deve ser considerado incongruente.

**3. Leia gestos no contexto**

É necessário contextualizar esses elementos antes de ler a linguagem corporal de alguém. Do contrário, sua avaliação será incorreta.

Esse é mais um dos livros sobre comunicação recheado de informações e dicas pra você.

## Emotional Design – Donald Norman




Donald Norman é um pesquisador de ciência cognitiva, ciência da computação, design e engenharia de usabilidade. Em Emotional Design ele afirma que o sistema afetivo funciona independentemente dos pensamentos conscientes. No entanto, ambos são igualmente importantes e extremamente relacionados.

A ideia de que a tomada de decisões, algo que se acreditava ser um processo totalmente lógico e racional, mostrou-se errada por estudos científicos. Ou seja, as pesquisas demonstraram como o sistema afetivo influencia as escolhas humanas, alertando-nos rapidamente acerca do que é bom ou ruim.

Os estudos de Norman sobre as emoções sugerem que há três diferentes níveis do sistema cognitivo e emocional dos seres humanos: Visceral, Comportamental e Reflexivo. São esses os mecanismos que analisam e geram respostas físicas.

O Visceral é um nível biológico que reage a certos estímulos, tais como temperatura, formas, luzes, texturas, odores etc. Os níveis Comportamental e Reflexivo são diretamente afetados pela cultura.

No entanto, a grande questão é: como combinar esses três níveis? A resposta para essa pergunta e muitas outras informações valiosas você encontra nessa obra que também tem

lugar garantido nas listas dos melhores livros de comunicação.

## Falando em Público – Vilson Santos

Falar em público é um grande desafio para muita gente. Para algumas pessoas chega a ser um sofrimento. Nesses casos, os livros para melhorar a fala podem ser uma grande ajuda.

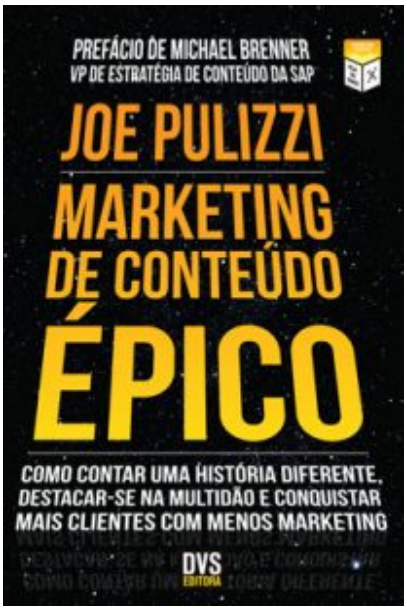
De acordo com Vilson Santos, nosso maior adversário no processo de comunicação somos nós mesmos. Um ponto fundamental para uma boa apresentação em público é ter bastante conhecimento do que vai falar/discutir, pois, isso gera segurança.

No entanto, mesmo dominando o assunto, costuma bater aquele medo. Aí começa a tremedeira, as mãos ficam suadas e o chão simplesmente desaparece… Assim, para vender esse medo, o autor dá algumas dicas:

- Relaxe, usando a respiração;
- Escreva em tópicos o que deve falar;
- Divida o tempo da apresentação;
- Treine em frente ao espelho;
- Apresente para um amigo;
- Faça uma avaliação crítica de como se saiu;
- Anote os erros e refaça a apresentação;
- Quando for apresentar, concentre-se no momento;
- Sempre pense antes de falar;
- Antes de uma apresentação, respire fundo, relaxe e acredite: VOCÊ ESTÁ PREPARADO!

Mas, se você quer mesmo “ficar bonito na fita”, veja o passo-a-passo completo de como se preparar para falar em público. Santos apresenta, ainda, uma série de outras informações e técnicas valiosas.

# Marketing de Conteúdo Épico – Joe Pulizzi




Você investe pesado em conteúdo… divulga textos, podcasts, palestras etc… Você faz tudo isso regularmente, mas os resultados não aparecem? Certamente, está fazendo a coisa errada.

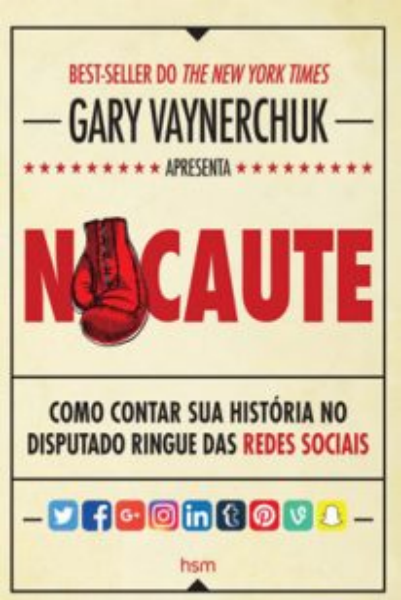
E para descobrir o problema, ouça o que tem a dizer um dos maiores especialistas em marketing de conteúdo do mundo e fundador do Content Marketing Institute, Joe Pulizzi. Nesse livro, ele ensina como criar conteúdo relevante para seu público.

Trata-se de uma abordagem passo-a-passo sobre criar histórias que informam, divertem e provocam os clientes a agir. Afinal, conteúdo épico é aquele que os clientes compartilham e consomem com prazer.

Pulizzi alerta que o consumidor quer mensagens alinhadas com as necessidades dele e não mensagens que falam apenas sobre as vantagens de um produto ou uma marca. Porém, antes de entrar de vez no mundo do marketing de conteúdo, o primeiro passo é saber o que a sua empresa espera dele e quais são as etapas que você terá que vencer.

Marketing de Conteúdo Épico é um dos melhores livros de jornalismo e marketing. Imperdível!

# Nocaute – Gary Vaynerchuk




Aprenda como contar a sua história no disputado ringue das redes sociais, com Gary Vaynerchuk, uma lenda nesse assunto. O cara é tão bom que tem mais de 1 milhão de seguidores no Twitter e centenas de milhares de assinantes no Youtube.

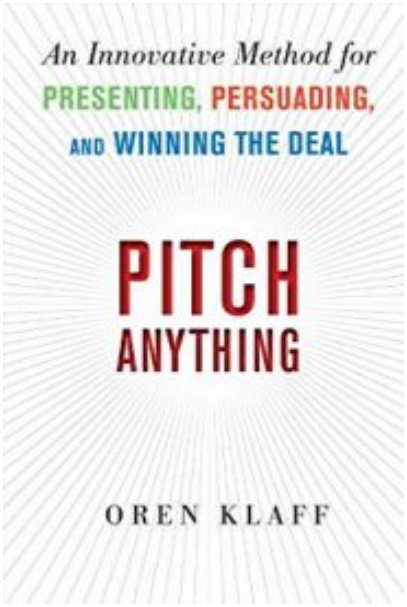
Em Nocaute, ele compartilha seus conselhos sobre como se relacionar com seu cliente e vencer a competição na era das redes sociais. Muitas empresas, ao planejar suas estratégias de marketing para as redes sociais, decidem oferecer antecipadamente promoções para vencer a competição.

Porém, o autor explica que essa não é a melhor estratégia. Para ter vantagens competitivas nos dias de hoje com o marketing das mídias sociais, o ideal é se relacionar com o cliente com maestria.

Um boa dica são os conteúdos relevantes e as histórias atraentes. E, no livro Nocaute, o autor dá as dicas de como fazer isso, na prática.

Siga Vaynerchuk, em um dos mais valiosos livros sobre redes sociais! Você tem “muiiiito a ganhar!

# Pitch Anything – Oren Klaff




Durante os últimos 13 anos, Oren Klaff utilizou seu método de fazer pitches e arrecadar mais de $400 milhões com isso. Agora, ele descreve seus métodos e ensina como fazer um pitch poderoso e vencedor no dia a dia dos negócios.

As lições de Klaff valem para vender uma ideia ou negociar um salário maior, por exemplo. De qualquer maneira, elas transformam o jeito como você transmite suas ideias.

De acordo com Klaff, nosso cérebro se organiza em três diferentes camadas:

- O "croc brain", ou cérebro de crocodilo – é simples, automático e focado em sobrevivência.
- O "midbrain", ou mesencéfalo – permite-nos compreender níveis maiores de complexidade e lidar com interações sociais e relações familiares.
- "neocortex" – nos dá o maior grau de distinção intelectual, comparado aos outros animais.

Quando você faz um pitch, você está utilizando seu neocortex para transformar suas ideias em palavras. No entanto, as pessoas que assistem sua apresentação não estão, necessariamente, utilizando o neocortex para compreender seu pitch.

Na maioria das vezes, o ‘croc brain’ primitivo ignora a mensagem, que ele considera muito difícil de ser compreendida, e começa a ignorar imediatamente a pessoa que está fazendo o pitch. Se você soa complexo, você se torna invisível para a mente da audiência.

Saiba mais sobre esse tema superinteressante e valioso, em um dos fascinantes livros de comunicação social.

## Podcast – Léo Lopes

A ideia é simples: ligue um microfone e grave uma conversa casual com uns amigos. Tão simples que qualquer um pode fazer. E essa foi a razão do podcast ter ganhado tanto espaço.

Entretanto, apenas porque a ideia inicial é simples, não significa que deva ser feita de qualquer jeito. Léo Lopes, um dos maiores editores de podcasts do país, oferece a você, iniciante, dicas importantes.

Por exemplo, Lopes aconselha que se faça três perguntas, antes de começar um projeto de podcast. Elas são:

1. Por que você quer fazer um podcast?
2. Como você vai fazer? É disso que o livro trata.
3. O que você quer alcançar com isso? Tenha em mente que, se você quer apenas enriquecer com o podcast, talvez você se frustre.

Nessa obra, que é destaque entre os livros de comunicação, você aprenderá a planejar, executar e divulgar os seus podcasts. Tudo com um linguagem simples e didática para quem está entrando agora nessa aventura.

## Vai fundo! – Gary Vaynerchuk

O guru das mídias sociais ensina você a ganhar dinheiro fazendo o que gosta. Você aprende com Gary Vaynerchuk como o poder da internet e das redes sociais mudaram o relacionamento das empresas com seus clientes. E é claro, como você pode se aproveitar disso para "fazer a vida" com suas paixões.

Segundo Vaynerchuk, as mudanças vindas com a internet não beneficiam apenas as grandes empresas. Pelo contrário, as ferramentas podem ser utilizadas, também, em nível pessoal.

Enquanto as pessoas migram suas vidas sociais para os sites de relacionamento como o Youtube, Flickr, Tumblr e Twitter, os anunciantes se sentem cada vez mais atraídos por esses sites. O resultado inevitável será que eles desviem os seus gastos com propaganda para onde as pessoas estarão no futuro.

Aprenda mais sobre como construir marcas, criar conteúdo relevante e tudo mais que ê precisa para entrar para valer nesse negócio. As informações estão nessa obra, que é um dos melhores livros sobre social media.

Você também pode aproveitar e já conferir um resumo do Vai Fundo! por aqui:

Vai fundo!

# Conclusão

Aqui está uma rica lista de livros de comunicação. Agora é com você. Escolha os temas que mais lhe interessam e mergulhe nessa oportunidade de aprendizado.

Se você quiser mais opções, o 12min tem uma variedade enorme de títulos fantásticos. Tudo no formato de microbooks (para ler ou ouvir), para você acessar onde e quando quiser.

Certamente, você conhece outras opções que podem enriquecer a nossa lista de livros de comunicação. Que tal compartilhar conosco as suas sugestões? Vamos adorar ouvir você!