

The ICF logo is rendered in a bold, white, sans-serif font. The letters are thick and modern, with the 'C' and 'F' having a slightly stylized, rounded appearance. A thin white vertical line is positioned to the right of the letters, separating them from the event name.

ICF

SEMANA
INTERNACIONAL DE
COACHING

O Poder das Histórias - Carla Rocha -



SEMANA
INTERNACIONAL DE
COACHING

Comunicação é um superpoder

Charles Duhigg



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

O que faz um supercomunicador?



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING



“É alguém que reflete sobre a forma como comunica e sobre o impacto que provoca nos outros, e que vai ajustando sempre que necessário”

Charles Duhigg



Quem é o seu supercomunicador?

Bom
ouvinte **Conta**
histórias

Compreende

Deixa-me Falar

Preocupa-se
com o outro

Desafia-me

Faz-me perguntas

É conciso

É autêntico

Faz-me sentir bem mesmo
nas conversas difíceis

Bom
ouvinte

**Conta
histórias**

Desafia-me

Faz-me perguntas

É conciso

Compreende

É autêntico

Deixa-me Falar

Faz-me sentir bem mesmo

Preocupa-se
com o outro

nas conversas difíceis

Storytelling



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Por que resulta?



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

As histórias alteram a química cerebral e são capazes de influenciar comportamentos.



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

**Cortisol
(Atenção)**

**Ocitocina
(Cuidado)**



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Paul J. Zak

Diretor do Centro Neuroeconomic Studies
Claremont Graduate University



Uri Hasson

Professor of Psychology
Princeton University



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Dizer
Mostrar
Fazer sentir

Coaches

Responsáveis de RH, gestores e executivos

Como pode o storytelling ajudar?



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Para os coaches:

Desbloquear através da narrativa



Desbloquear da narrativa

- **Histórias funcionam como espelhos:** permitem que os coachees vejam o seu próprio contexto sob outra perspetiva, com mais clareza e emoção.
- **Aumentam a empatia e a ligação emocional:** um coach que partilha uma história (curta e significativa) pode ajudar o coachee a baixar a guarda e abrir novas possibilidades de ação.
- **Facilitam o insight e a mudança:** uma história bem contada pode “plantar” ideias que germinam entre sessões, sem confronto direto.



O verdadeiro impacto do storytelling no coaching
não está apenas nas histórias que o coach conta,
mas também nas histórias
que o coachee (re)conta a si mesmo.



As perguntas certas
são a chave para abrir o
baú de histórias
pessoais de um coachee

**Recordação
concreta**

Emoção vivida

Significado



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Para os coaches

O ideal é formular questões que convidem à **recordação concreta**, à **emoção vivida** e ao **significado**.

- “Conta-me sobre um momento da tua vida em que tudo mudou.”
- “Quando foi a última vez que tomaste uma decisão difícil e importante?”
- “Houve alguma situação em que sentiste que saíste mais forte do que entraste?”
- “Pensa num desafio que achavas impossível de ultrapassar, mas conseguiste. O que aconteceu?”
- “Conta-me sobre uma falha ou erro que acabou por ser transformador.”
- “Lembras-te de uma altura em que alguém te agradeceu e isso fez-te sentir valorizado?”
- “Qual é a história que melhor representa os teus valores?”



**Para responsáveis de RH,
gestores e executivos:**

comunicar com propósito



Para responsáveis de RH,
gestores e executivos

Comunicar com mais impacto

- **Traduzem visões abstratas em experiências humanas concretas:** uma mudança de cultura ou um novo valor ganha vida quando é contado através de uma história real.
- **Criam alinhamento emocional:** antes de convencer pela razão, é preciso envolver pelo coração. O storytelling ajuda a “convidar” as pessoas para a mudança, não a forçá-la.
- **São memoráveis:** enquanto dados e slides são esquecidos, uma boa história permanece.



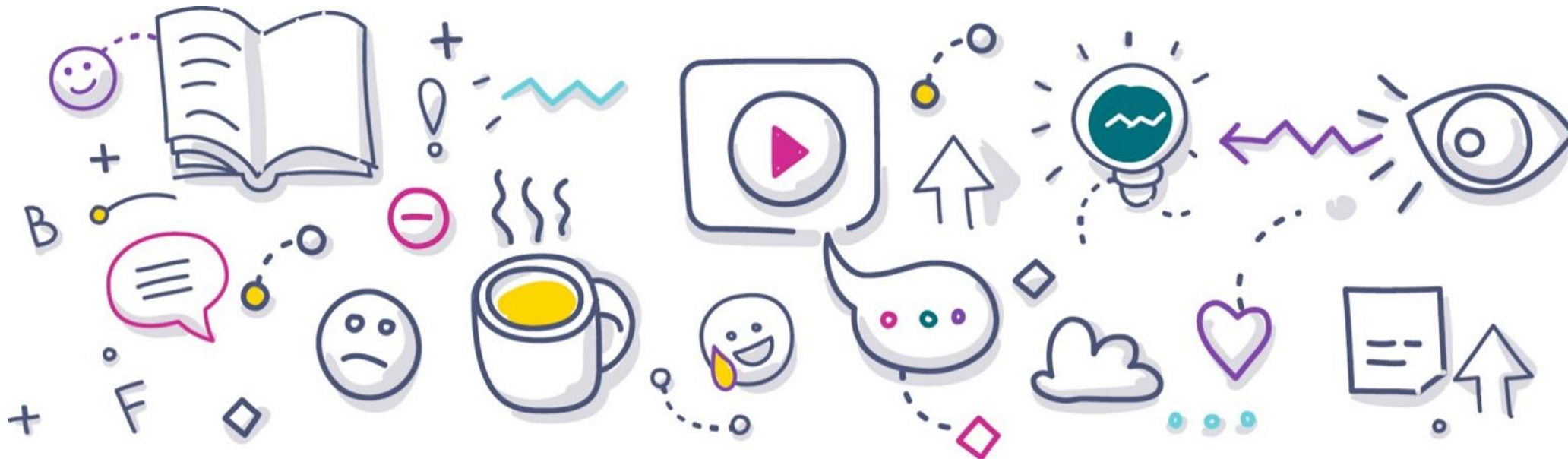
CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Método ROCHA



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Eu não tenho histórias!



Stories to Influence LAB

O Método ROCHA

R O C H A



RECOLHER



ORGANIZAR



CONSTRUIR



HUMANIZAR



APLICAR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

**Conte histórias de
forma estratégica**



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Stories to Influence LAB

O Método Rocha

R



RECOLHER

Procure o material que vai resultar em histórias



Onde está a matéria prima?

— Procure em todo o lado

R

- Procure na sua vida
- Procure **eventos**, não histórias
- Procure na empresa e fora dela



RECOLHER



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Ligue o Radar

— Tudo o que acontece na sua vida é material

R

- Percorra linha de vida
- Tudo é material
- Onde estão os desafios



RECOLHER



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Procure com um objetivo

— Por que motivo precisa de uma história?

R

- Cooperação, Colaboração, Esforço, Propósito, Gestão de tempo, Focus, Mudança, Compromisso, Resiliência, Trabalho de equipa, Autenticidade?



RECOLHER



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Procure com intenção

— Que mensagem pretende sublinhar?

R

Quando na minha vida _____ foi crucial?

Quando é que as coisas correram mal porque _____ falhou?

Quando é que percebi a importância de _____?



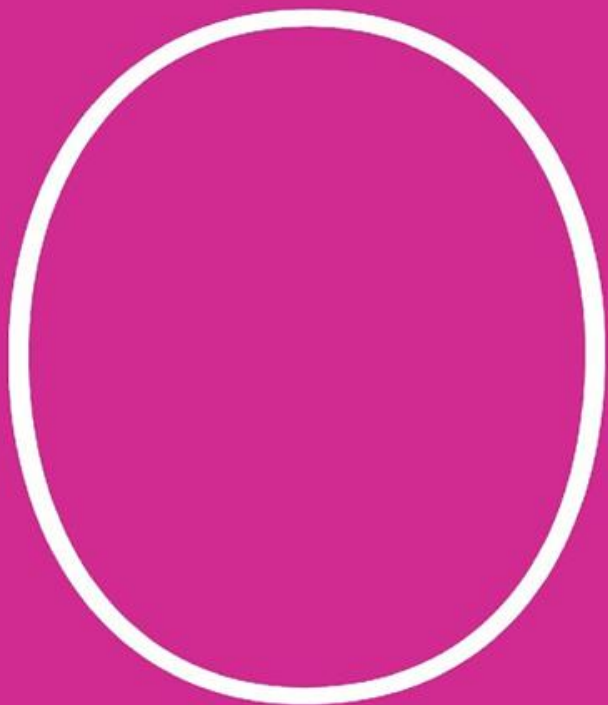
RECOLHER



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Stories to Influence LAB

O Método Rocha



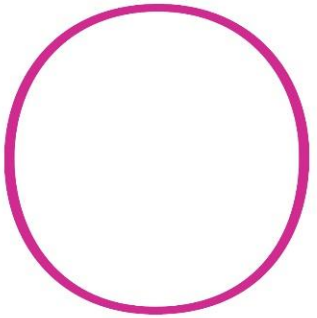
ORGANIZAR

Que tipo de história pode sair daqui?



Organizar

— Que tipo de história pode sair daqui?



- Alinhamento
- Produto
- Pessoais



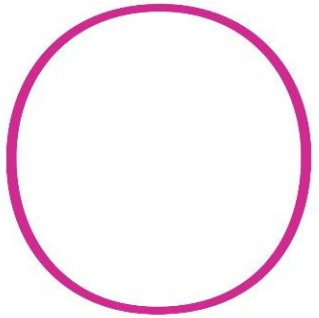
ORGANIZAR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Histórias de Alinhamento

— Estamos todos no mesmo barco



- Histórias sobre desafios da equipa
- Histórias sobre diversidade
- Histórias sobre a cultura da empresa



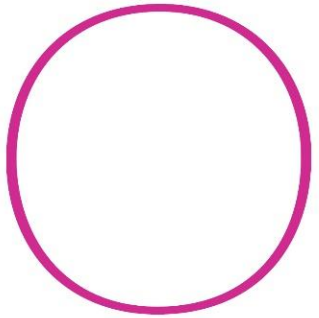
ORGANIZAR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Histórias de Produto

— Isto é tudo o que precisa



- Histórias sobre real valor do produto ou serviço
- Histórias de clientes (efeitos)
- Histórias dos criadores



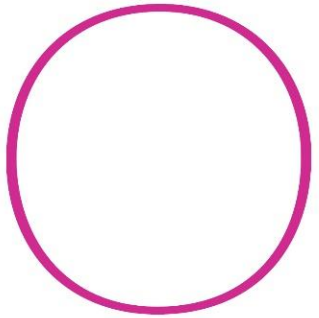
ORGANIZAR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Histórias Pessoais

— Isto sou eu



- Histórias que revelam o carácter
- Histórias de vulnerabilidade
- Histórias de desafios

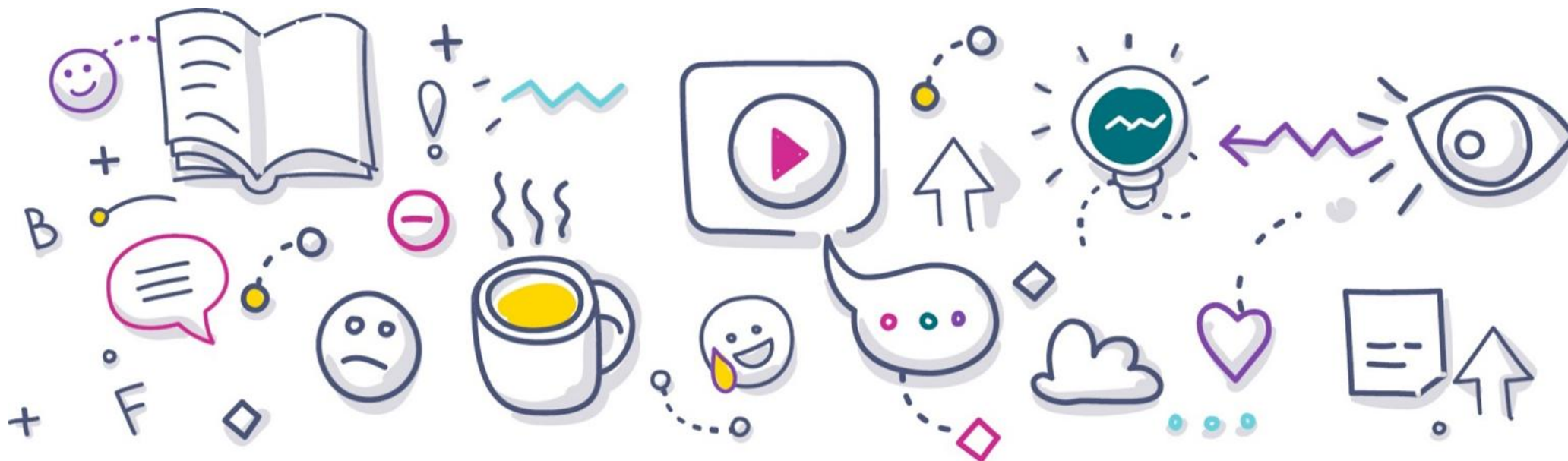


ORGANIZAR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Eu não tenho histórias!



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Tipo de Histórias	Objetivo	Onde Procurar	Resultado Pretendido
Pessoais	• Dar-se a conhecer • Aumentar confiança da equipa em relação a si • Reforçar carácter	• Desafios superados • Erros cometidos • Origens familiares • Pessoas que o influenciaram • Desejos e aspirações • Vulnerabilidades	• “Nunca olhei para ele/ela desta forma” • “Sinto que o/a conheço melhor” • “Posso confiar” • “Também me aconteceu a mim” • “Consigo perceber o que sentiu”
Produto ou Serviço	• Demonstrar o real valor do produto/serviço • Impacto na comunidade ou nos diferentes stakeholders	• Momentos de desenvolvimento do produto ou serviço (o que motivou) • Equipas que testaram primeiro • Clientes	• “O nosso produto/serviço é mesmo diferenciador” (equipa) • “Vai melhorar a minha vida” (clientes) • “Tenho de fazer parte disto” (investidores)
Alinhamento	• Potenciar colaboração • Reforçar propósito • Aumentar a resiliência • Comunicar visão • Revelar a estratégia • Levar à ação	• Origens da organização • Momentos críticos que a empresa viveu • Projetos marcantes • Bons exemplos • Erros cometidos	• “Já passámos por tanto...temos de nos unir” • “Sinto que pertenço a esta empresa” • “Temos um propósito...vamos a isso”. • “Sinto mesmo que faz sentido” • “Percebo a necessidade de mudar” • “Estas são as minhas pessoas” • “Podemos mesmo fazer a diferença”



Stories to Influence LAB

O Método Rocha



CONSTRUIR

Agora vamos transformar eventos em histórias



Construir

— Agora vamos transformar eventos em histórias

- Como era?
- O que aconteceu?
- O que mudou?



CONSTRUIR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Sequência da história

— Elementos da História



Pessoa



Momento



Emoção



Visual



Suspense



Take away



CONSTRUIR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

O Guião da História

— Escreva a história

- Dê um título à história, mantenha a sequência da história e acrescente elementos



CONSTRUIR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Sequência da História

- **Como era antes?**

Descreva o cenário inicial, tempo e espaço. Descreva o que é essencial para perceber o que vem a seguir

- **O que aconteceu?**

Qual foi o acontecimento, a revelação, o conflito

- **O que mudou?**

Qual é a nova perspectiva, mudança de comportamento ou forma de pensar?



CONSTRUIR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Stories to Influence LAB

O Método Rocha

H



HUMANIZAR

Agora vamos procurar o universal da história



Humanizar

— Agora vamos procurar o universal da história

- Uma história é universal.
O que pode a audiência aprender da sua história?



HUMANIZAR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Humanizar

— Catálogo/base de histórias

Título/História	Propósito	Aplicação



HUMANIZAR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Base de Histórias

Título	História	Propósito	Aplicação
O meu 1º ordenado	Pedi à minha mãe para trabalhar. Farta de vestir roupa usada das primas. Mãe diz que me dá emprego e divide ordenado comigo durante 1 mês. Chefe da repartição elogiava sempre o trabalho. Ganhei gosto por fazer bem. E nunca mais perdi esse gosto. A motivação que recebi ajudou muito.	Mostrar a importância de darmos o melhor de nós em tudo o que nos envolvemos e, quando chegamos a um cargo de liderança, a importância do reconhecimento.	Palestras para escolas. Quanto de vocês estão nesta altura a pensar que vão ter o emprego de sonho quando saírem daqui? Pode não acontecer. Mesmo que não aconteça, estão dispostos a dar tudo o que têm?
Avó Jeje	A minha avó casou com 70 anos com o primeiro namorado. Ele tinha 75. Era o Sr Nicolau que veio de Viseu ter com ela a Albufeira mal ficou viúvo.	Nunca é tarde para fazermos o que nos faz feliz.	Diversos contextos Ouço tantas pessoas dizerem-me que já não têm idade para fazer um mestrado, para ter um filho, para dar a volta na sua vida. Quando isso acontece conto-lhes esta história
Bolo Miguel Ângelo	O cantor foi ao programa café da manhã da RFM apresentar disco novo. Preparámos surpresa no bolo. Quando fizemos encomenda houve falha de comunicação que proporcionou momento hilariante de rádio.	Mostrar a importância de clarificar se a comunicação foi eficaz. Se a mensagem foi percebida pelo recetor com a intenção que quisemos dar.	Diversos contextos Quanto de vocês já sentiram que algo correu menos bem ou esteve em risco por falha de comunicação ou por uma comunicação pouco clara e assertiva?

Stories to Influence LAB

O Método Rocha



APLICAR

Agora vamos juntar todas as etapas



Aplicar

— Agora vamos juntar todas as etapas

- Qual a história que vou contar e quando?
- De que forma vou integrá-la?



APLICAR



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Stories to Influence LAB

O Método ROCHA

R O C H A



RECOLHER



ORGANIZAR



CONSTRUIR



HUMANIZAR



APLICAR



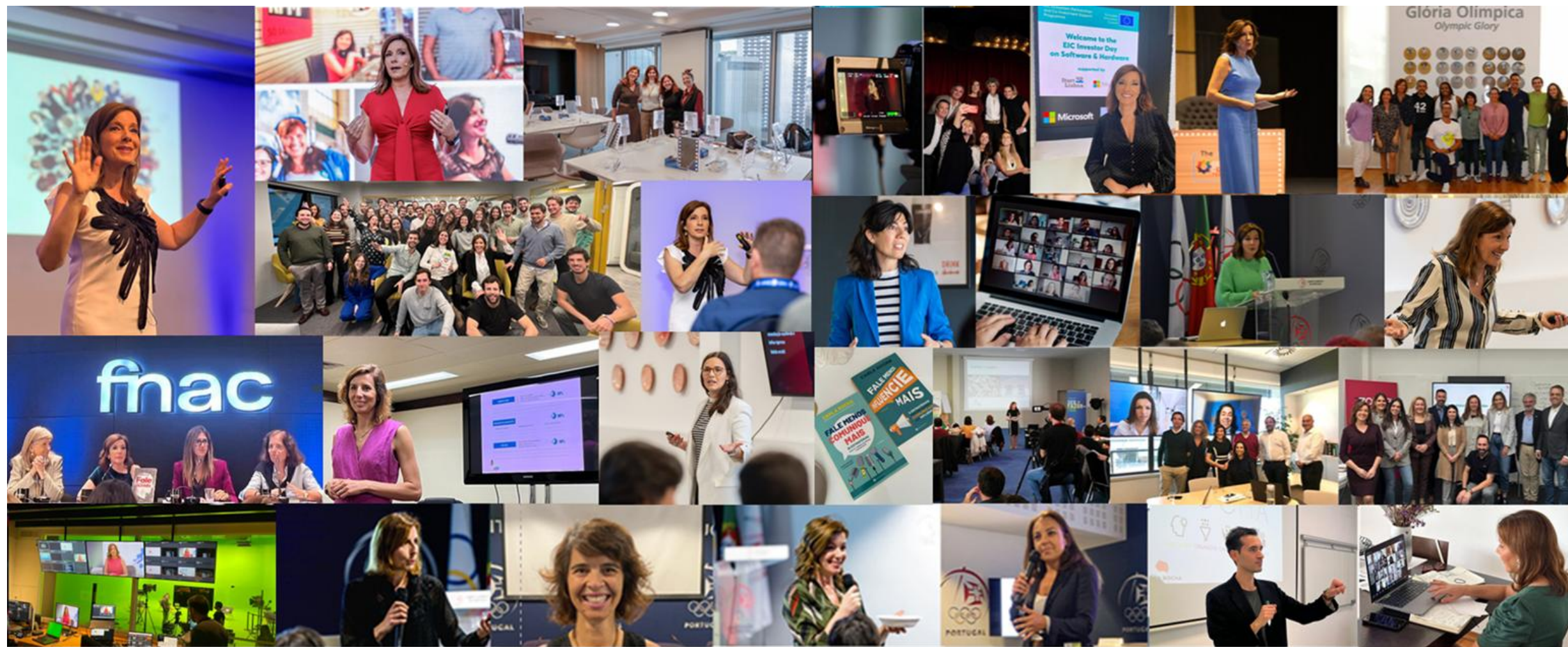
CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

O que temos feito



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING





Cursos online

Reuniões
Remotas

Feedback que
transforma

O Poder das
Histórias

Comunicar a
Mudança

Reuniões
Produtivas

Entrevistas que
dão emprego



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Sistema de Gestão do Bem-Estar e Felicidade Organizacional

Já se encontra publicada a Norma NP 4590:2023
elaborada pela CT 219 «Bem-estar e felicidade organizacional»



Crédito imagem: Instituto Português da Qualidade



Membro Comissão Técnica da norma de
Gestão do Bem-Estar e Felicidade
Organizacional - Norma NP 4590:2023



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING

Q&A



SEMANA
INTERNACIONAL DE
COACHING

Validade: 3 meses para acesso ao cupão de desconto



**O poder das histórias
(nos negócios e na vida)**



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING



**Subscreva a nossa
newsletter**



CARLA ROCHA
COMMUNICATION TRAINING



www.carlarocha.pt



www.facebook.com/CarlaRochaRFM

TED^x

Communicate to Connect



Comunicação inteligente movida sem artificialidade

Carla Rocha Comunicação

Info@carlarocha.pt

M +351 935 551 915

(Chamada para a rede móvel nacional)

www.carlarocha.pt





coachingfederation.org