

**André Zem**

É coach e autor do livro "Nunca mais perca uma venda em hipótese nenhuma"

**José Faganello**

É professor aposentado

O mar e os peixes

Na vida profissional, quem vive focado na crise costuma dizer: "o mar não está pra peixe". A gente sempre ouviu essa frase, em tom de reclamação, quando alguém quer justificar as dificuldades do mercado e a ausência de resultados positivos. O que vale, mesmo, é o modo de agir, não importando as condições do local onde se transita ou navega, como aprendi com um grupo de pescadores.

Durante uma viagem a Maceió, acompanhei em um final de tarde o resultado de uma pescaria à beira-mar. É um espetáculo bonito. Os pescadores jogam uma grande rede na água, ficam esperando os pei-

Caso a crise desponte no horizonte, fique ainda mais atento ao seu mercado, aos novos clientes, aos funcionários

xes e depois recolhem para ver o resultado. Naquele dia, eram quatorze pessoas no serviço, sete de cada lado da rede. O trabalho dura de três a quatro horas e é pesado. Depois de jogarem a rede no mar, enquanto esperam os peixes, os pescadores se dedicam a preparar e a fazer a manutenção das outras redes, dos barcos e dos apetrechos necessários à pesca.

Para mim, que sou leigo no assunto, quando puxaram a rede de volta à embarcação pareceu que a pescaria tinha sido um sucesso. Mas um dos trabalhadores me disse: "Que nada, companheiro, hoje foi fraco! Tem dia que é assim mesmo: mal dá para cobrir os gastos!"

De imediato, me veio à mente a frase: "Nem mesmo o mar está pra peixe!" Aí, perguntei a ele: - E o que é que vocês vão fazer?

A resposta foi: - Vamos tentar de

novo. Amanhã a gente tá aqui, jogando a rede. E uma hora a pesca vai ser boa.

Sim, é isso mesmo! A fatura chega após insistência, perseverança e foco na direção certa. Essa é uma lição grandiosa. Não vale a pena ficar reclamando. No dia seguinte, os pescadores iam tentar de novo. "Na próxima rede, as coisas melhoram!"

Caso a crise desponte no horizonte, fique ainda mais atento ao seu mercado, aos novos clientes, aos funcionários. Negocie com veemência, anuncie com precisão, faça um marketing intenso, fale com seus clientes fiéis. Trabalhar com vendas exige plantar sempre e de maneira correta, para colher constantemente.

Vender tem de ser adrenalina na veia. Sempre digo isso e ressalto que é preciso atender diariamente e vender além do que se está acostumado.

Meu objetivo é que meus leitores, ou quem assiste minhas palestras, sejam profissionais melhores. Sua vida pode mudar se você estiver disposto de verdade a lutar por seus sonhos. Aproveite tudo o que puder e melhore seu desempenho. Respire seus sonhos todos os dias. Pague o preço da realização e realize-os.

A profissão de vendedor permite sonhar bastante alto e dar grandes saltos na vida, mas lembre-se: só vence quem usa o coração, a emoção. Quem eleva as expectativas, comove e dá um show de atendimento. O cliente quer ser bem atendido e, se você fizer isso, ele irá vender por você.

As histórias que eu conto e destaco, não apenas nestes artigos, mas nas palestras e em meu livro (Nunca Mais Perca uma Venda em Hipótese Nenhuma) tratam de estratégias de venda e motivação, uma verdadeira injeção de ânimo para o seu negócio. Mas de nada adiantam se você continuar insistindo nessa mania de reclamar que o mar não está pra peixe. Deixe de ficar parado esperando que "o mar" melhore, ou as coisas caiam do céu. Corra atrás dos seus peixes. Corra atrás dos seus sonhos!

DE

"Palavra puxa palavra, uma idéia traz outra, e assim se faz um livro, um governo, ou uma revolução, alguns dizem mesmo que é assim que a natureza compôs as suas espécies". (Machado de Assis).

Dé é uma preposição. A preposição é uma palavra invariável que liga dois elementos da oração, subordinando o segundo ao primeiro, ou seja, o regente e o regido. Isso significa que a preposição é o termo que liga substantivo a substantivo, verbo a substantivo, substantivo a verbo, adjetivo a substantivo, advérbio a substantivo.

A preposição "de" consegue abranger uma admirável amplitude ao ser

Quando colocada entre um substantivo repetindo no plural, indica excelência, primazia

usada com incontáveis significados.

Serve para ligar os verbos no infinito aos auxiliares ter e haver: Traído por uns, desamparado por outros, por onde havia o país de levantar as esperanças?

Exprime, igualmente, a relação de uma denominação especial: A cidade de Piracicaba; Paulinho da Viola. A de origem, proveniência: O palácio do governo, as charges do Erasmo. A de natureza, qualidade, índole, tendência: Corrente de água, batismo de fogo, mulher de intrigas. A de destino, uso, aplicação (substituindo a preposição para): salão de baile, coisas de comer, relógio de pulso. A de profissão: homem do mar, engenheiro de minas.

Quando colocada entre um substantivo repetindo no plural, indica excelência, primazia: O Cântico dos Cânticos, o livro dos livros, o rei dos reis.

Resolvi escrever sobre a partícula "DE" ao ler na revista Língua Portuguesa, edição de novembro, um interessante artigo escrito por Jean Luand, professor titular da FEUSP

(aposentado) e professor titular do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Metodista de São Paulo.

No artigo, ele enfoca a divertida ambiguidade da preposição "De" em frases como: "O cachorro do meu tio".

Evoca, ainda, brincadeiras de sua infância – a das crianças sentadas no chão e começarem a interrogar os adultos sobre parentes não presentes:

- E a tia Ivete, como é que está?
- Ela está bem crianças.

Esgotada a lista de parentes, a criança deriva para animais domésticos:

- E o gato da tia Helena, como é que está?
- Está bem crianças.

A pergunta final, acompanhada de risadas maliciosas era para o alvo principal de toda a brincadeira:

- E o cachorro do tio Mário, como é que esta?

Ocorrem ainda outros exemplos de locuções com essa prolifera partícula: Ele se faz de vítima, de bobo, de surdo. Na matemática "de" significa multiplicação; exemplo: "calcule vinte por cento de cinquenta – 20% de 50= 0,20x50 ou 20/ 100x 50".

Luand citou o Aurélio como fonte e disse dar razão a ele por renunciar à enumeração completa dos usos dessa ardilosa partícula. No meu caso, socorri-me do Caldas Aulete, 2ª Edição Brasileira, revista por Hamílcar Garcia e com a participação de Antenor Nascentes, do qual guardo uma carta recebida quando cursava o segundo grau, no seminário. Respondeu meu questionamento por ter tirado nove, ao ser considerado errado o uso do gerúndio Tendo no início de uma frase: Tendo Édipo. Contestei o erro apresentando exemplos de escritores clássicos. Nosso correto e escrupuloso professor consultou o então já famoso Antenor Nascentes e, recebeu como resposta: "Tanto faz Tendo Édipo, como Édipo tendo; fica a gosto do autor. Consegui mudar a nota de 9 para 10 e tirei uma cópia da carta."

Tempo Hoje 16° Mín. 28° Máx. Dia de sol, com muitas nuvens à tarde. À noite a nebulosidade diminui.

Amanhã 16° Mín. 29° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.

JORNAL DE PIRACICABA

Fundado em 4 de agosto de 1900

Publicação da empresa

Jornal de Piracicaba Editora Ltda.
Avenida Com. Luciano Guidotti, 2.525
Jd. Pacaembu • 13.424 589
Piracicaba-SP • 19 3428.4100
CNPJ: 54.360.805/0001-75

Preços:

R\$ 2,00 (de terça a sábado)
R\$ 3,00 (domingo)

Circulação: de terça a domingo

Fundadores

Manoel Buarque de Macedo
Alberto da Cunha Horta
Antonio Pinto de Almeida Ferraz

Juvenal do Amaral (1901 - 1904)
Álvaro de Carvalho (1904 - 1912)
Pedro Krahembühl (1912 - 1929)
Pedro Crem (1912 - 1929)
João Franco de Oliveira (1912 - 1939)
José Rosário Losso (1939 - 1942)
Eugênio Luiz Losso (1939 - 1974)
Fortunato Losso Netto (1939 - 1985)
Antonietta Rosalina Losso Pedroso (1976 - 2011)
José Rosário Losso Netto (1973 - 2013)

Diretor Responsável

Marcelo Batuira Losso Pedroso

Diretor de Criação e Publicidade

Alex Rodrigues

Editor

Felipe Poleti

Editora de Arraso e Cultura

Fernanda Moraes

Gerente Comercial

Toninho Fioravante

"Sem desígnios de propaganda de qualquer espécie - filosófica, política ou religiosa - buscaremos descortinar a verdade dos atos e dos fatos, e dizê-lo, diplomaticamente, contra quem quer que seja. (...) Que o povo apóie a imprensa para que esta, a seu turno, apóie o povo, tornando-se o porta voz dos seus interesses perante as autoridades, o eco das suas queixas, a tribuna dos seus protestos, a válvula dos seus desabafos e, sobretudo, a propulsora do seu comércio, alavanca poderosa das suas iniciativas."

Antonio Pinto de Almeida Ferraz
Editorial de 04 de agosto de 1900

CAL 3428 4141 | **Comercial** 3428 4150 | **Redação** 3428 4170 | **Revista Arraso** 3428 4174 | **Classificados** 3428 4140 | **Assine o JP** 3428 4190

Os preços de nossos produtos ou serviços, inclusive de publicidade, possuem carga tributária aproximada de 5,65%. Circulação em Piracicaba, São Pedro, Águas de São Pedro, Charqueada, Saltinho e Rio das Pedras.

leitor@jppjournal.com.br
redacao@jppjournal.com.br
revistaarraso@jppjournal.com.br

jppjournal
revistaarraso

Filiado à
APJ
Associação Paulista de Jornalistas