

# BOOKLIST

---

**27 livros de persuasão e  
copywriting selecionados e  
comentados**

+ 17 sites para aprender escrita persuasiva



**P A U L O M A C C E D O**

**#1**

**NÃO É  
EXATAMENTE  
UM ATALHO,  
MAS FAZ  
CHEGAR MAIS  
RÁPIDO**

---

Caro leitor, em 2008, o jornalista e escritor canadense Malcolm Gladwell escreveu o livro "Fora de Série", onde expôs sua tese central. Esta era condensada na seguinte expressão: "A regra das 10.000 horas". Em resumo, não é o talento natural que importa, mas a prática faz a perfeição.

Segundo Gladwell, não há nada de especial ou mágico nas "10.000 horas". O número surgiu após uma análise sobre a quantidade de

estudo realizado por músicos, no final dos anos 1980. O grande recado de sua pesquisa era que toda a diferença de qualidade entre violinistas bons, violinistas melhores e os violinistas apontados de 'primeira linha' provinha do tempo dedicado ao treino e aos estudos.

O dicionário define especialista como o indivíduo que possui habilidades ou conhecimentos especiais ou excepcionais em determinada prática, atividade, ramo do saber, ocupação, profissão etc. Também pode ser chamado de especialista o profissional que se empenha em uma matéria.

As pessoas se tornam mais valiosas de acordo com a quantidade de conhecimento que tem sobre um determinado campo. Por isso, ser um especialista em um determinado assunto é algo que pode significar o sucesso de uma pessoa. O que eu desejo fazer aqui é ajudar você a ser um expert em persuasão e copywriting para assim se tornar um profissional valioso.

Bem, não vou massagear seu ego ou mentir para você. A verdade é que você não se tornará um especialista da noite para o dia. Para ser realmente bom, você terá que dedicar bastante tempo, talvez, até mesmo...10.000 horas. Terá que estudar, ler e aumentar seu repertório sobre o tema. O próximo passo será colocar tudo em prática – pelo menos tudo que seja possível pôr em prática.

Para chegar onde cheguei, tive que mergulhar fundo numa excelente bibliografia, sabendo que nenhum conhecimento se constrói sem o apoio de bons livros. Não tenho certeza se a leitura dessa bibliografia somou as 10.000 horas de Gladwell, mas com certeza somou o número de horas suficiente para que eu construísse o conhecimento organizado que me levou a resultados indiscutíveis na criação e aceleração de

estratégias de marketing e vendas.

Parte dessa organização está aqui, agora, em forma de um “booklist” que eu criei especialmente para você cortar caminho na construção do seu banco de horas... Não é bem um tipo de atalho, mas vai fazer você chegar mais rápido.

Este é o tipo de material que eu gostaria de ter lido quando comecei a estudar marketing, persuasão e copywriting. Seria ótimo ter recebido esta lista de livros que você está recebendo agora no começo da minha carreira. Tenho certeza que isso me faria economizar um baita tempo na obtenção de conhecimento especializado...

Agora, sem mais delongas, confira a booklist!



**LIVRO 1**

# **RETÓRICA**

## **(ARISTÓTELES)**

---

Aristóteles foi um filósofo grego, aluno de Platão e professor de Alexandre, o Grande. Juntamente com Platão e Sócrates, é visto como um dos fundadores da filosofia ocidental.

Em sua obra, escrita cerca de 350 anos antes de Cristo e publicada em português em 1831, faz uma crítica aos historiadores retóricos que o precederam, por terem, em sua concepção, centrado a arte retórica apenas no discurso judicial, com atenção aos estímulos emocionais e estrutura formal do discurso.

Sua grande inovação foi justamente o lugar dado ao argumento lógico como elemento central da arte da persuasão, sendo uma técnica aplicável a qualquer assunto, tanto na construção quanto na interpretação de qualquer forma de discurso.



A Obra foi dividida em 3 livros:

O livro I é o livro do emissor da mensagem, o orador. Trata-se da concepção de argumentos, na medida que eles dependem do orador e de sua adaptação ao público, de acordo com os três gêneros reconhecidos de discurso:

- político ou deliberativo (busca persuadir ou dissuadir);
- judicial (acusa ou defende);
- demonstrativo ou epidítico (elogia ou censura)

O livro II é o livro do receptor da mensagem, do público. O foco são as emoções, as paixões, o caráter dos homens e os argumentos, na medida em que são recebidos pelo público.

O livro III é o livro da mensagem, onde se enfocam as figuras e a ordem das partes do discurso, tais como clareza, correção gramatical e ritmo. O uso da metáfora também é abordado.

Para Aristóteles, o discurso se divide em 4 partes: proêmio, narração, prova e epílogo, sendo a narração e a prova os elementos fundamentais no discurso.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 2**

# **A CIÊNCIA DA PROPAGANDA**

**(CLAUDE HOPKINS)**

---

Claude C. Hopkins foi um dos grandes pioneiros da publicidade. Ele acreditava que a publicidade existia apenas para vender algo e deveria ser medida e justificada pelos resultados que produzia. A primeira edição do seu livro foi publicada em 1923.

É citado por muitas personalidades publicitárias e de marketing (como David Ogilvy, Gary Halbert e Jay Abraham) como um livro de leitura obrigatória, clássico.

O livro apresenta a descrição original do processo de testes e medições que mostra como as perdas de anúncios mal-sucedidos são mantidas em um nível seguro, enquanto os ganhos de anúncios lucrativos são multiplicados.

O livro é amplamente considerado a base do marketing direto e se manteve assim pelo fato do autor ter sabido condensar o essencial de sua longa e bem-sucedida experiência na área da propaganda.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 3**



# **CONFISSÕES DE UM PUBLICITÁRIO**

**(DAVID OGILVY)**

---

A obra é baseada nos anos que David Ogilvy viveu na Madison Avenue como um desconhecido, na década de 1960. Ogilvy á dirigia uma das melhores agências de propaganda do EUA e era um dos publicitários mais criativos das Américas. No livro, lançado em 1963, ele relata como conseguiu tudo isso, e que conhecimentos e experiências obteve a partir do relacionamento com os clientes.

Ogilvy aborda a psicologia do consumidor, mostrando como fazer propagandas que realmente vendem, ao contrário de propagandas feitas para ganhar prêmios, com texto bem-humorado e de fácil leitura.

O livro não se limita somente à escrita, abordando diferentes assuntos como histórias interessantes do setor, encontros com pessoas famosas, liderança e criatividade. Traz resultado de clientes como GE,

Dove, Pepsi, Fedex, Frito-Lay, Dupont, Visa, Mars, Sopas Campbell, Schweppes, Ronald Reagan, etc.

Nesta obra, você vai aprender:

- Como administrar uma agência de publicidade;
- Como conquistar e manter clientes;
- Como fazer grandes campanhas;
- Como escrever anúncios poderosos;
- Como ilustrar anúncios e cartazes;
- Como atingir o topo da carreira;

E muito mais.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 4**

# **AS ARMAS DA PERSUASÃO**

**(ROBERT B. CIALDINI)**

---

Depois de passar anos caindo na lábia de vendedores, arrecadadores de doações e operadores de telemarketing, o psicólogo Robert B. Cialdini resolveu se dedicar ao estudo da persuasão para entender quais fatores levam uma pessoa a dizer “sim” a um pedido e que técnicas exploram melhor tais fatores.

Reunindo dados das mais recentes pesquisas científicas sobre o assunto, histórias de gente comum e a experiência adquirida ao se infiltrar em organizações que treinam os chamados “profissionais da persuasão”, criou uma obra acessível e indispensável a todos aqueles que querem saber como influenciar pessoas e, ao mesmo tempo, se defender dos manipuladores.

6 princípios psicológicos básicos governam o comportamento humano quando tomamos uma decisão e podem ser usados como verdadeiras armas:



1. Reciprocidade: nos sentimos compelidos a retribuir o que outra pessoa nos proporcionou;
2. Compromisso e coerência: depois de uma escolha feita, enfrentamos pressões para nos comportarmos de maneira condizente com o compromisso assumido;
3. Aprovação social: buscamos nos outros indícios do comportamento mais apropriado a seguir;
4. Afeição: acatamos pedidos de pessoas que conhecemos e de quem gostamos;
5. Autoridade: temos um arraigado senso de obediência à autoridade;
6. Escassez: tudo se torna mais valioso quando fica menos disponível.

Cada princípio é discutido em termos de sua função na sociedade e de como um profissional da persuasão pode mobilizar seu poder em vendas, doações, concessões, votos, permissões, interações, parcerias, etc. Todos estes argumentos funcionam como gatilhos mentais que se conectam rapidamente com uma parte específica do cérebro, “tocam” psicologicamente a mente humana, convencendo-a a tomar uma decisão.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 5**

# **MANUAL DE PERSUASÃO DO FBI**

---

O agente especial do Programa de Análise Comportamental da Segurança Nacional do FBI, Dr. Jack Schafer desenvolveu estratégias dinâmicas e inovadoras para entrevistar terroristas e detectar mentiras.

Na obra, lançada em 2015, Dr. Schafer nos ensina como aplicá-las no cotidiano para obter sucesso nas relações interpessoais. Você quer influenciar pessoas recém-conhecidas? Quer entender através da linguagem corporal o que passa pela cabeça das pessoas? Quer descobrir se alguém está mentindo?

Jack explica que a confiança de qualquer pessoa pode ser ganha seguindo a fórmula da amizade: amizade = proximidade + frequência + duração + intensidade. Todas as técnicas de comunicação verbal e não verbal apresentadas têm o objetivo de fazer com que as outras pessoas se sintam bem em relação a você.

Leitura interessante para quem deseja conhecer mais sobre como criar conexão através da empatia, construir boas relações e influenciar outras pessoas.

[Ver o livro na Amazon!](#)

A close-up portrait of Martin Lindstrom, a man with short blonde hair, looking slightly to the right with a subtle smile. The image is partially obscured by a purple geometric shape on the left side of the page.

**LIVRO 6**

# **A LÓGICA DE CONSUMO (MARTIN LINDSTROM)**

---

Martin Lindstrom é um Consultor de Marcas, colunista da Harvard Business Review e da revista TIME e citado como uma das 100 pessoas mais influentes do mundo.

Em sua obra, de 2008, Lindstrom apresenta os bastidores do experimento de marketing, realizado por ele, que explica a influência social na decisão de compra e mostra como o cérebro das pessoas responde aos muitos estímulos da propaganda.

O livro contém uma descrição de um amplo estudo realizado sobre neuromarketing. Através das técnicas de mapeamento do cérebro é possível entender os desejos e sentimentos subconscientes que impulsionam as nossas decisões diárias de compra, bem como o fascínio que certos produtos exercem sobre nós.

O estudo descrito neste livro derruba uma série de mitos que temos sobre o que faz com que as pessoas comprem determinados produtos, inclusive a crença de que a utilização do sexo na publicidade ajuda a aumentar as vendas.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 7**

# ***COPYWRITING: PALAVRAS QUE VENDEM MILHÕES***

***(GUSTAVO FERREIRA)***

---

Gustavo Ferreira é empresário, copywriter profissional e consultor estratégico de negócios. Em sua obra, lançada em 2015, o autor fala sobre o poder das palavras que vendem, tendo o Copywriting como a arte da comunicação persuasiva.

Para ele, o que faz a diferença no mercado não é ter o melhor produto, é ter a melhor carta de vendas. Exatamente por isso, este livro reúne a experiência do autor ao se tornar um copywriter de elite, e traz como conteúdo especial:

Princípios de marketing e resposta direta;

- 152 headlines persuasivas escritas pelos maiores copywriters do mundo;

- 7 cartas de vendas que venderam mais de 1 Bilhão de dólares;
- 26 modelos para iniciar suas cartas de vendas;
- 7 passos de Gary Halbert para escrever um copy vencedor;
- Roteiro de 52 passos para cartas e vídeos de vendas;
- Como definir seu avatar corretamente;
- Como montar uma oferta irresistível;

E muito mais.

Leitura essencial para quem precisa escrever cartas de vendas para seu próprio negócio, atrair clientes e converter mais, e também para quem deseja se desenvolver como copywriter profissional.

Um verdadeiro tesouro prático para descobrir como apenas algumas palavras podem fazer a real diferença entre ser mais um no mercado ou se tornar um verdadeiro campeão de vendas.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 8**

# **E-MAILS QUE VENDEM**

**(GUSTAVO FERREIRA)**

---

Do mesmo autor mencionado antes, esta obra de 2016 mostra que é possível receber R\$38 de retorno a cada R\$1 investido em e-mail marketing, sendo portanto, a ferramenta mais rentável e geradora de resultados do marketing digital.

Imagine que você tem o poder de, a cada lead que entrar na sua lista de e-mails, faturar de R\$3 a R\$16? Essa possibilidade é apresentada como uma estratégia completa e provada de e-mail marketing, com as principais práticas de copywriting para gerar resultados.

Neste livro, você vai descobrir:

Estratégias para construção de lista de e-mails;

- 9 modelos de páginas de captura para atrair “leads”;

- 7 regras de ouro do e-mail marketing;
- Técnicas para extrair o máximo da sua lista de e-mails;
- A estratégia de ouro para manter os e-mails sempre interessantes;
- Estratégias para apresentação de ofertas e recuperação de vendas;

E muito mais.

A obra contém vários exemplos práticos e vai do básico, para quem está começando estratégias de e-mail marketing, até técnicas mais avançadas para tirar proveito de listas existentes. O sistema e os modelos neste livro são fruto de mais de 3 mil e-mails únicos escritos e testados pelo autor desde 2014.

Leitura obrigatória para quem deseja usar a ferramenta de e-mail marketing para maximizar resultados.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 9**

# **LIVRO DE OURO DOS GATILHOS MENTAIS**

**(GUSTAVO FERREIRA)**

---

Do mesmo autor, esta obra de 2016 é sobre estratégia de negócios e comunicação persuasiva.

Nesse livro, você irá aprender que o funcionamento do nosso cérebro é limitado, projetado apenas para sobreviver. Todas as decisões são feitas com esse objetivo, então, se você descobre os “atalhos” que o cérebro usa para tomar essas decisões e aplica em sua comunicação de vendas, as vendas simplesmente acontecem. Os gatilhos mentais são padrões que ativam esses atalhos no cérebro e causam um “curto-circuito” na mente do cliente.

Se isso é tão poderoso, como você pode usá-lo com o máximo de proveito?

Gustavo ensina a usá-los de uma forma totalmente diferenciada de outros livros. Para ele, um estrategista de negócios precisa planejar sua comunicação de forma abrangente, e usar mais do que apenas um ou outro gatilho. O verdadeiro poder dessas técnicas surge quando a estratégia de vendas é montada para um único objetivo: transformar a vida do cliente. E é disso que o livro trata.

O autor traz 32 Gatilhos Mentais e sua aplicação prática com as melhores estratégias de negócio, citando cases de sucesso reais, de empresas renomadas e fornece abordagem completa para trabalhar comunicação de vendas no seu negócio.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 10**

# **A ARTE DE ESCREVER PARA A WEB**

**(PAULO MACCEDO)**

---

Paulo Maccedo é escritor, copywriter e produtor de conteúdo para a web.

Na obra, lançada em 2017 e descrita como a mais vendida por sucessivas vezes no site da Amazon, ele mostra como realizar escrita persuasiva para promover conexão e encantar o público para que desenvolva o interesse imediato e se torne cliente.

A obra deriva do conhecimento do autor acerca de diálogos com profissionais de conteúdo, análise de obras de grandes estudiosos somadas ao grande repertório e experiência produzindo textos para sites, blogs, portais, redes sociais e criação de inúmeros conteúdos poderosos para diversos canais digitais.



Leitura obrigatória, rápida e com texto fácil de consumir, para redatores marqueteiros, comunicadores, empreendedores, donos de sites, blogueiros, profissionais de social media, e qualquer pessoa que esteja interessada em engajar pessoas e vender mais nos canais digitais.

Para o autor, “ou você vende ou aborrece as pessoas”. Ele mostra conceitos universais, testados, que você pode aplicar em qualquer área, para vender qualquer coisa, para qualquer pessoa.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 11**

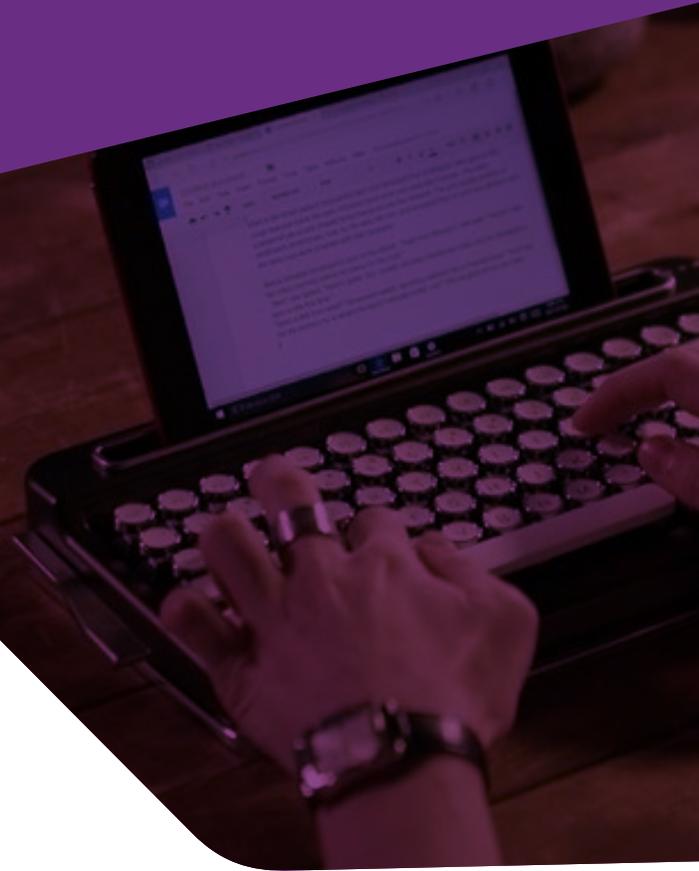
## ***COPYWRITING*** ***(ROBERT BOWDERY)***

---

Robert Bowdery é copywriter. Sua obra, de 2008 é uma verdadeira bíblia sobre o assunto, onde ele aborda o papel do copywriter nas estratégias de marketing, destacando a relação entre o pensar e as palavras e imagens que melhor se adequam em textos criativos.

Para ele, copywriting é o “processo criativo de escrever texto para anúncios ou material de publicidade” e seu livro, de conteúdo riquíssimo, traz diversos exemplos ilustrados que demonstram a gama extensa de trabalho no qual os copywriters estão envolvidos, ajudando ainda a entender porque alguns anúncios funcionam melhor do que outros.

O livro aborda também o papel dos redatores, a compreensão do produto, a importância de conhecer o público, o domínio da língua, o estilo e a publicidade em diversos contextos diferenciados.



**LIVRO 12**

# **MODERNAS TÉCNICAS DE PERSUASÃO**

**(DONALD J. MOINE E JOHN H.  
HERD)**

---

Os autores, estudiosos de Programação Neurolinguística (PNL), trazem nesta obra de 1988 as técnicas usadas intuitivamente pelos maiores vendedores, líderes políticos e executivos, que nunca puderam ser explicadas de modo sistemático antes que as pesquisas para esta obra tivessem sido feitas.

As pesquisas baseadas na PNL, semântica e cibernética tornaram estas estratégias fáceis de aprender e dominar. Tais técnicas promovem um método ético de influenciar clientes que demonstram, de forma espantosa, a sua eficácia, dia após dia.

Os autores citam que a persuasão moderna é “a habilidade de ver, ouvir e sentir o que os outros deixam escapar e de responder ao



interessado de maneira interessante, com enfoque total no cliente”.

O livro nos apresenta e ensina, com muita criatividade, a importância do estabelecimento de confiança, como tirar o melhor proveito de nossa voz, como lidar e administrar opiniões e convicções diferentes das nossas e descobrir o canal preferido de seu interlocutor.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 13**

# ***THE BORON LETTERS*** **(GARY HALBERT)**

---

Essa maravilhosa obra de 2013 traz uma série de cartas do maior redator da história, Gary C. Halbert, explicando táticas privilegiadas e indicando o caminho da sabedoria para seu filho mais novo, Bond.

O livro pode ser compreendido como mais do que um mestrado em vendas e persuasão, melhor que um treinamento específico sobre como convencer as pessoas a comprar seus produtos ou serviços.

Leitura obrigatória para redatores e profissionais de marketing, pois as estratégias, segredos e dicas apresentados lidam honestamente com a parte da psicologia humana que nunca muda, ensinando como convencer e converter as pessoas em compradores, usando uma linguagem clara e muito acessível.

[Ver o livro na Amazon!](#)

**LIVRO 14**

# ***THE ROBERT COLLIER LETTER BOOK*** ***(ROBERT COLLIER)***

---

Publicado pela primeira vez em 1931, *The Robert Collier Letter Book* é de longe o principal livro sobre como escrever cartas de vendas. Mas vai além disso. Como todos os grandes redatores sabem, essas técnicas são diretamente transferíveis para a Internet, seja por meio de cópia da Web ou por e-mail ou qualquer outra coisa.

Este livro rendeu a Robert Collier a distinção de ser uma das maiores mentes de marketing da história. As cartas de vendas de Robert Collier tiveram sucesso porque ele escreveu para as necessidades de seus leitores.



**LIVRO 15**



***THE COPYWRITERS  
GUIDE TO GETTING  
PAID***  
***(ROY FURR)***

---

Roy Furr é um consultor de negócios e copywriter freelance. Seus clientes aceleraram o crescimento, obtiveram resultados de 7 dígitos em campanhas de marketing individuais e obtiveram recordes de vendas.

Em sua obra, publicada em 2015, ele ensina como conquistar clientes incríveis e ganhar uma ótima vida como redator.

Se você comprou alguns livros ou cursos de copywriting, mas ainda não está fazendo o dinheiro que deseja como copywriter, este é o livro que você precisa. Tenha uma perspectiva privilegiada sobre o que é preciso para começar e ser pago como redator.

Neste livro, você descobrirá:

- Como conseguir seu primeiro cliente de copywriting;
- Que tipo de trabalho de redação paga melhor;
- A melhor maneira de começar, mesmo sem experiência;
- Como se promover e atrair grandes clientes;
- E muito mais.

O livro ainda inclui um modelo comprovado de “oferta irresistível” para obter o seu primeiro projeto de pagamento.

Se você quiser transformar suas habilidades de copywriting em dinheiro no bolso, encontrará o que procura nesta leitura rápida.



**LIVRO 16**

# **GABAY'S COPYWRITING COMPENDIUM (JONATHAN GABAY)**

---

Jonathan Gabay é gestor de marketing criativo.

Sua obra, de 2005, traz dicas inspiradoras, ideias e descrições para ajudar o processo de escrita.

Para aqueles que lutam para desenvolver um copy bom e criativo e que estão familiarizados com o pânico (ou branco) enquanto estão sentados em frente a um dicionário e uma tela de computador, este livro é essencial.

Os escritores encontrarão uma grande quantidade de ajuda e informações, incluindo aconselhamento ortográfico e gramatical, um dicionário de rimas, eufemismos sugeridos, expressões idiomáticas, clichês, metáforas e dicas sobre como debater, como escrever textos

inovadores e como pensar criativamente.

Este guia é totalmente atualizado para cobrir as habilidades de copywriting para uma ampla gama de mídias e seu layout fácil de ler ajudará os redatores a encontrarem rapidamente o que precisam para uma escrita eficaz.



**LIVRO 17**

# ***MAKING THEM BELIEVE*** **(DAN KENNEDY)**

---

Dan Kennedy é Assessor Estratégico, Consultor e Coach de Negócios.

Sua obra, lançada em 2010, traz 21 princípios de marketing, para fornecer um modelo para publicidade aventureira, marketing, promoção e promoção pessoal que pode instalar uma “fonte de lucros” em praticamente qualquer negócio. Se você quer se tornar ou tornar sua empresa famosa e magneticamente atraente, local ou globalmente, esse livro é para você.

Neste livro, você descobrirá:

Caminhos dinâmicos para o máximo de autoridade na sua área;

A pergunta a se fazer que multiplica drasticamente o poder da

publicidade e eleva você acima de toda a concorrência;

- 3 Passos para o uso inteligente da mídia;
- Uma mudança radical e revolucionária para toda a sua abordagem de vendas;
- A melhor resposta de todos os tempos, para toda e qualquer objeção de preço;

A obra ainda inclui exemplos de arquivos e carta de vendas de cases de sucesso.

**LIVRO 18**

## **5 LIÇÕES DE STORYTELLING (JAMES MCSILL)**

---



James McSill compartilha seu conhecimento adquirido em mais de 30 anos de experiência na arte de contar histórias – seja como consultor literário ou palestrante – e como usá-las para influenciar as pessoas.

A narrativa é direta, bem-humorada, parecendo uma conversa com o leitor, e nela o autor aplica diretamente os conceitos e técnicas apresentadas, explicando como o faz.

Assim, James consegue expor os princípios do Storytelling mostrando, de forma original, as suas diversas aplicações no universo do entretenimento para criação de livros e enredos, em geral; no mundo corporativo, com o uso das histórias em negociações, para motivar equipes e gerar novos negócios; e na vida pessoal, para entender a própria história e mudar a própria vida.

O texto também é recheado de dicas e quadros que ajudam a planejar, estruturar e desenvolver uma história, e apresenta, no fim de cada lição, exercícios de aplicação.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 19**

# **STORYTELLING: HISTÓRIAS QUE DEIXAM MARCAS**

**(ADILSON XAVIER)**

---

Neste livro, o publicitário Adilson Xavier examina todas as etapas da estrutura de uma narrativa, mostrando como o conceito de Storytelling representa tanto a arte quanto a técnica de contar uma história.

O autor apresenta um panorama abrangente, desde os relatos feitos pelos judeus, que deram origem ao Velho Testamento, até exemplos e cases de grandes marcas que têm a habilidade de mexer com a percepção de consumidores, através de histórias cuidadosamente construídas.

Algumas dessas empresas, que estão presentes no livro, são a Apple, a Disney, a Coca-Cola, a Ford, as Havaianas e a Nike, consideradas, pelo autor, como excelentes contadoras de histórias.



O livro traz um ponto de vista interessante, mostrando que o modo como estas marcas famosas – de onde elas vieram e como chegaram onde estão hoje – contam suas histórias, também pode ser usado para contar nossa própria história, tanto do ponto de vista pessoal quanto de negócio.

Outro aspecto interessante, discutido pelo autor, é o aumento da popularidade das redes sociais, fazendo com que todos se tornem storytellers, autores de uma autobiografia que não tem data pra acabar, contada em fragmentos através de fotos, vídeos e textos nas nossas linhas do tempo.

Portanto, precisamos saber como transcrever com precisão quem somos para que sejamos interpretados de forma correta. E esse conceito pode ser estendido para a marca do seu negócio.

Excelente aprendizado para quem precisa captar a atenção e gerar engajamento e vendas de consumidores com excesso de informação e estímulos do mundo de hoje, e cada vez mais desatentos.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 20**

# **O HERÓI E O FORA DA LEI**

**(MARGARET MARK E  
CAROL S. PEARSON)**

---

O livro mostra como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos, baseados no trabalho original do psicólogo Carl Jung.

Arquétipos se referem a algo que tem uma marca ou passa uma impressão sobre determinadas coisas, podendo ser usados para evocar os padrões narrativos mais duradouros e apreciados no mundo todo.

Assim, segundo as autoras, você pode identificar, entre os arquétipos apresentados no livro, aqueles que tenham mais relação com a essência da sua marca e trabalhar na sua divulgação.

Usando estes conceitos, as autoras escreveram o livro buscando oferecer uma estrutura que pode ser seguida por quem deseja

trabalhar determinadas características do seu produto ou do seu negócio.

E, assim, conseguir se conectar mais profundamente aos clientes, contar a história da sua marca, entre outras coisas.

O livro 'O Herói Fora da Lei' oferece um sistema estruturado para que profissionais do mundo dos negócios e do marketing possam seguir e reproduzir.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 21**

## **O HERÓI DAS MIL FACES**

**(JOSEPH CAMPBELL)**

---



Joseph Campbell foi um dos mais famosos pesquisadores de mitologia e religião comparada. Neste livro ele salienta que o mito está presente em todas as demonstrações culturais humanas, como a arte, filosofia, religião, interações sociais e até mesmo nos sonhos.

Campbell realizou diversas pesquisas sobre a figura do mito ao redor do mundo, buscando não as diferenças, mas observando as semelhanças entre costumes e crenças existentes em vários povos e civilizações.

O resultado pode ser visto no livro, onde ele analisa e compara mitologias de vários lugares do mundo, de várias épocas, de vários continentes, tentando identificar o que elas têm em comum.

Seria possível existir alguma coisa em comum entre as histórias contadas pelos índios, pelos gregos, pelos japoneses, pelos romanos, pelos esquimós?

Campbell, então, demonstra que sim, através do que ele chama a 'jornada do herói', que inicia com a partida dele da sua terra natal até seu retorno, com seu aprendizado e crescimento trazendo transformações não apenas para ele, mas para o mundo.

Essa jornada estaria, constantemente, presente nas crenças vividas e repetidas por todos os povos, com algumas particularidades, mas tendo um mesmo enredo.

Para ilustrar sua teoria, o autor conta, ao longo da narrativa, histórias de mitos de vários lugares do planeta: como Teseu derrotou Minotauro, como Siddhartha Gautama se transformou no buda, do herói esquimó que escapou da barriga de uma baleia e também de como Jesus Cristo ressuscitou dos mortos e se transformou no salvador da humanidade.

[Ver o livro na Amazon!](#)

A close-up portrait of Stephen King, wearing glasses, looking slightly to the right. The image is partially obscured by a purple geometric shape in the top right corner.

**LIVRO 22**

## **SOBRE A ESCRITA (STEPHEN KING)**

---

Este livro foi eleito pela “Time Magazine” um dos 100 melhores livros de não ficção de todos os tempos e vencedor dos prêmios Bram Stoker e Locus na categoria Melhor Não Ficção.

Ele apresenta uma verdadeira aula sobre a arte de escrever, além de mostrar várias memórias e experiências do mestre do terror, desde a infância até o difícil início da carreira literária, o alcoolismo, o acidente quase fatal em 1999 e como a vontade de escrever e de viver ajudou em sua recuperação.

O livro é dividido em 3 partes.

Na primeira, King conta fatos de sua vida que, acredita, terem influenciado em sua carreira como escritor. São casos pessoais

ocorridos desde sua infância até a faculdade, que nos mostram sua formação como escritor.

A segunda e maior parte é relacionada ao processo da escrita, onde ele fala sobre praticamente tudo o que você precisa para se tornar um bom escritor. Desde as ferramentas necessárias, como a gramática, por exemplo, passando pela criação de diálogos e de personagens, até seus próprios métodos para escrever.

A terceira parte conta mais um pouco da sua vida pessoal, especificamente, do famoso acidente que quase o matou, ocorrido no período em que King escrevia o livro.

Sendo fã ou não de Stephen King, vale a pena a leitura, tanto pelo aprendizado com um dos mestres do suspense, quanto pela narrativa, que é bem leve e divertida.

[Ver o livro na Amazon!](#)

A close-up portrait of Arthur Schopenhauer, an elderly man with a serious expression, looking slightly to the left. The image is partially obscured by a purple geometric shape in the top right corner.

**LIVRO 23**

## **A ARTE DE ESCREVER (SCHOPENHAUER)**

---

O livro traz ensaios escritos pelo filósofo alemão Arthur Schopenhauer sobre o pensamento, a escrita, a leitura e avaliação de obras literárias.

Para quem quer aprender mais sobre o ofício do escritor, o livro traz algumas críticas e levanta reflexões sobre o assunto.

Os textos abordam o universo da literatura, valorizando alguns aspectos e desmerecendo outros, principalmente os autores que escreviam para sobreviver e lucrar com suas obras – assunto que continua polêmico até os dias atuais.

A obra traz 5 ensaios escritos por Schopenhauer: “Sobre a erudição e os eruditos”, “Pensar por si mesmo”, “Sobre a escrita e o estilo”, “Sobre a leitura e os livros” e “Sobre a linguagem e as palavras”, da primeira metade do século XIX.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 24**

# **GATILHOS REPTILIANOS**

**(FRED RIBAS)**

---

O livro ensina os fundamentos de neurociência e copywriting para que o leitor entenda com mais clareza como funciona o processo de decisão da compra na mente das pessoas.

Segundo o autor, 85% de nossas decisões de compras são tomadas de maneira inconsciente pela parte do nosso cérebro conhecida como Cérebro Reptiliano.

Esta é a parte do cérebro responsável pelo nosso instinto de sobrevivência, sendo ativada pela fuga da dor e busca pelo prazer.

O livro ensina como usar algumas técnicas para ativar os gatilhos mentais controlados por esta parte da mente humana, relacionando dor e prazer com a oferta de produtos e serviços, influenciando, assim, o processo de vendas.

[Ver na Amazon!](#)

**LIVRO 25**

**COMO FALAR  
EM PÚBLICO E  
INFLUENCIAR  
PESSOAS NO  
MUNDO NOS  
NEGÓCIOS  
(DALE CARNEGIE)**

---

Dale Carnegie foi um dos maiores especialistas nas técnicas de oratória e persuasão do século XX, pioneiro na administração de cursos a empresários e outros profissionais, desfazendo o caráter elitista que a arte de falar em público possuía no passado.

Seus conhecimentos e métodos foram adotados por centenas de organizações. Seu legado abrange uma empresa voltada para o desenvolvimento profissional, e diversos livros recomendados não



31

apenas a executivos, mas a todas as pessoas que desejam se comunicar com desenvoltura e segurança.

Entre essas obras está este livro, que aplica os princípios básicos defendidos pelo autor, como saber o que dizer, e dizê-lo com sentimento, vivacidade e clareza, nas relações comerciais e empresariais.

O texto apresenta, em todos os capítulos, exemplos reais que podem ser usados para aplicação prática dos ensinamentos contidos no livro, incluindo os erros mais comuns e como evitá-los.

O livro foca muito na questão comportamental, dizendo, exatamente, o que fazer para aperfeiçoar suas apresentações em público, incluindo exercícios práticos sobre como se expressar com maior facilidade e autoconfiança em reuniões de negócios.

[Ver o livro na Amazon!](#)



**LIVRO 26**

# **HEADLINES E E-MAILS QUE VENDEM**

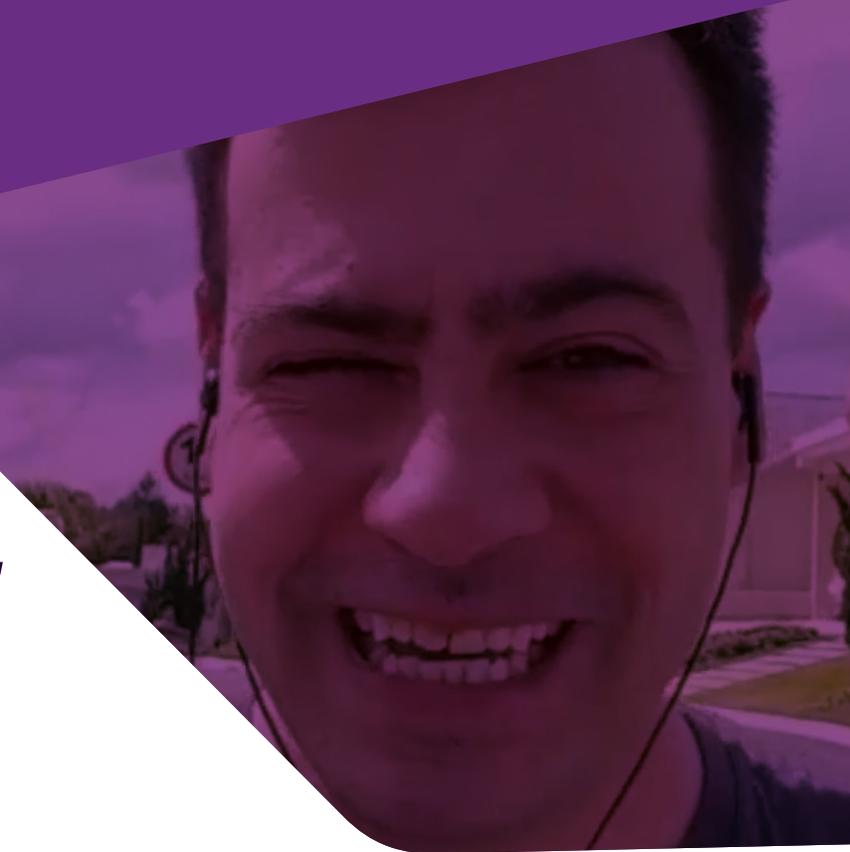
**(ANDRÉ CIA)**

---

André Cia, atualmente, é um dos profissionais de copywriting mais conhecidos no meio do Marketing Digital, tendo participado de vários projetos com alto faturamento.

Segundo ele, nos últimos anos vem escrevendo e-mails para vários segmentos do mercado e que, em conjunto com outras estratégias, já renderam milhões de reais, tendo, inclusive, recebido alguns prêmios do seu segmento de mercado.

O livro contém 12 tipos de Headlines, que foram testadas pelo autor e que o ajudaram a alcançar esses resultados. Além disso, o livro também ensina quando e como usar cada uma delas, aumentando a responsividade da lista de e-mails.



É um texto prático, objetivo e de rápida aplicação. Quase não possui teoria, apenas comentários do autor falando das melhores maneiras de usar cada Headline.

Quem trabalha com escrita persuasiva, ou precisa aprender, sabe que o primeiro passo para atrair o leitor é o título do texto. Isso vale para cartas de vendas, e-mails, artigos em blog e postagens em redes sociais. Daí a importância deste livro para o seu negócio.



**LIVRO 27**

## **A ARTE DA GUERRA (SUN TZU)**

---

Esse é um pequeno livro com apenas 130 páginas, mas que contém ensinamentos e preceitos que ultrapassam os limites do tempo.

Sun Tzu, filósofo-estrategista, foi um general chinês que viveu de 544 a 496 a.C., o homem mais versado que já existiu na arte militar. No comando do exército real de Wu, acumulou inúmeras vitórias, derrotando exércitos inimigos e capturando seus comandantes.

Foi um profundo conhecedor das manobras militares e escreveu A Arte da Guerra, ensinando estratégias de combate e táticas de guerra.

O livro está dividido em treze capítulos, e cada um deles mostra diferentes estratégias e situações de combate.

A ideia central, defendida pelo autor é que devemos estar sempre preparados para qualquer batalha, mesmo quando não a desejamos.



Apesar da obra possuir conselhos e ensinamentos de estratégias usadas em guerras, ela acabou tornando-se um guia para administradores, empresários e economistas, que passaram a adaptá-las e aplicá-las ao mundo dos negócios.

[Ver o livro na Amazon!](#)

#2

## **EXTRA: 17 SITES PARA APRENDER SOBRE ESCRITA PERSUASIVA**

---

E aqui estão 17 dos sites brasileiros e americanos que eu uso para consulta e aprendizado sobre persuasão e copywriting:

1

<https://www.awai.com/>

2

<https://www.copyblogger.com/>

3

<https://frankkern.com/>

4

<http://www.thegaryhalbertyletter.com/>

5

<https://nobsinnercircle.com/>

6

<https://www.abraham.com/>

7

<https://copycon.com.br/>

8

<http://copyhacks.com.br/>

9

<https://paulomaccedo.com/>

10

<https://onovomercado.com.br/>

11

<http://www.russellbrunson.com/hi>

12

<https://sbcopy.com.br>

13

<https://www.fredribas.com.br/>

14

<https://novaescolademarketing.com.br/>

15

<https://thecopywriterclub.com/about/>

16

<https://www.robertcialdinibf.com/>

16

<https://rayedwards.com/>

**#3**

## ***PRONTO PARA TRANSFORMAR PALAVRAS EM DINHEIRO?***

---

Essa coletânea de obras pode ajudar muito você a alcançar o objetivo de se tornar um mestre em persuasão e copywriting.

Aliás, você já deve ter reparado que, para se tornar um bom escritor-vendedor, terá que ler muito. E não apenas sobre técnicas de venda ou persuasão. Há livros “fora do eixo” que são simplesmente indispensáveis.

Cada um dos livros aqui pode contribuir com seu aprendizado no desenvolvimento da sua escrita. Portanto, não os subestime. Leia, retire o que fizer sentido para o seu negócio, teste, aplique e gere resultados. E nunca pare de aprender.

Ao seu sucesso e riqueza,

Paulo Maccedo.

# **UMA RECOMENDAÇÃO FINAL**

---



Estou apresentando o poder das palavras através do método centenário de escrita mais cobiçado do mercado americano. Se gostaria de saber como aumentar seu poder de comunicação e desenvolver discursos altamente persuasivos e vendedores... estando mais bem preparado para colocar em prática o que aprendeu aqui... eu tenho um convite para você! Clique no botão abaixo e leia a carta-convite que mostra como conseguir isso.

***SIM, EU QUERO SABER MAIS!***

# ***SOBRE O AUTOR***

---

Paulo Maccedo é escritor best-seller, profissional de marketing e copywriter. Atua como estrategista de comunicação e redator para o mercado digital.

Já teve a honra de trabalhar com muita gente interessante, como o especialista em marketing Rafael Rez e o empreendedor digital Pedro Quintanilha; e figuras públicas como o procurador da república Guilherme Schelb e a empresária Cris Arcangeli.

Tem resultados notáveis com criação de conteúdo e de peças comerciais para negócios digitais, como 1000% de ROI com apenas um texto e a participação de lançamentos de 7 dígitos.

Você pode saber mais sobre ele no site oficial [paulomaccedo.com](http://paulomaccedo.com). Se encontrar com ele pessoalmente, provavelmente estará com alguma peça de roupa preta.

[Conheça todos os livros do autor na Amazon!](#)

