

Continue





Use este vídeo paraCor: Para ver este vídeo faça o download Flash Player Imagem não available forColor: To view this video download Flash Player Imagem não disponível paraCor: Para ver este vídeo faça o download Flash Player A eficiência de um livro é como a de um homem em um aspecto importante: sua atitude em relação ao assunto é a primeira fonte de seu poder. Um livro pode estar repleto de boas ideias bem expressas, mas se o escritor não entrar seu assunto pelo ângulo errado, até mesmo as melhores ideias não poderão ser compreendidas. Este é o ponto-chave da maioria de ensaios e de outras pessoas como falar efetivamente em público é encher a mente de regras e estabelecer padrões fixos para a interpretação do pensamento, a expressão da linguagem, os gestos e tudo o mais, então este livro terá valor limitado às ideias perdidas em suas páginas que podem ser úteis ao leitor: como um esforço para impor um conjunto de princípios deve ser considerado um fracasso, porque é falso. Portanto, é de certa importância para aqueles que pegam este volume com a mente aberta que vejam claramente desde o início qual é o e pensamento por trás dessa estrutura e o que foi construído por meio dela. Em poucas palavras, é o seguinte: O treinamento para falar em público não é uma questão de exterioridade, antes de mais nada; não é uma questão de imitação, fundamentalmente; não é uma questão de conformidade com padrões, de forma alguma. Falar em público é a expressão pública, a emissão pública, do próprio homem; portanto, a primeira coisa, tanto em termos de tempo quanto de importância, é que o homem seja, pense e sinta coisas que sejam dignas de serem dadas. A menos que haja algo de valor nisso, nenhum truque de treinamento poderá fazer do orador algo mais do que uma máquina - mesmo uma máquina altamente aperfeiçoada - para a entrega de produtos de outros homens. Portanto, o autodesenvolvimento é fundamental para o nosso plano. O segundo princípio está próximo do primeiro: o homem deve entronizar sua vontade para governar seu pensamento, seus sentimentos e todas as suas forças físicas, de modo que o eu exterior possa dar expressão perfeita e desimpedida ao eu interior. É inútil, dizemos, estabelecer sistemas de regras para a cultura da voz, entonação, gestos e outros, se esses dois princípios de ter algo a dizer e tornar a vontade soberana não tiverem pelo menos começado a se fazer sentir na vida. O terceiro princípio, suponmos, não suscitará nenhuma controvérsia: ninguém pode aprender a falar a menos que primeiro fale o melhor que puder. Isso pode parecer um círculo vicioso na declaração, mas terá de ser examinado. Muitos professores começaram com o como. Estarão em vão! É uma verdade antiga que não aprende a fazer fazendo. A primeira coisa para iniciar em falar em público é falar - não estudar a voz; os gestos e o resto. Depois de falar, ele pode melhorar com auto-observação ou de acordo com as críticas do ouvinte. Mas como ele pode criticar a si mesmo? Simplesmente descobrindo três coisas: quais são as qualidades que, de comum acordo, compõem um orador eficaz; por quais meios pelo menos algumas dessas qualidades podem ser adquiridas; e quais são os mais hábitos de fala que prejudicam a aquisição e o uso das qualidades que ele considera boas. A experiência, portanto, não é apenas o melhor professor, mas o primeiro e o último. Mas a experiência deve ser dupla: a experiência dos outros deve ser usada para complementar, corrigir e justificar nossa própria experiência; dessa forma, nos tornaremos nossos melhores críticos somente depois de nos treinarmos no conhecimento de nós mesmos, no conhecimento do que as outras mentes pensam e na capacidade de nos julgarmos de acordo com os critérios que acreditamos serem corretos. Se eu preciso, disse Kant, eu posso. Um exame do conteúdo deste volume mostrará como esses artigos de fé foram declarados, expostos e ilustrados de forma consistente. O aluno é incentivado a começar a falar sobre o que sabe imediatamente. Em seguida, são dadas a ele sugestões simples de autocontrole, com uma ênfase gradualmente crescente no poder do homem interior sobre o homem exterior. Em seguida, é mostrado o caminho para os ricos depósitos de material. E, finalmente, durante todo o tempo, ele é incentivado a falar, falar, FALAR, à medida que aplica aos seus métodos, de maneira pessoal, os princípios que reuniu a partir de sua própria experiência e observação e das experiências registradas de outras pessoas. Portanto, agora, no início, que fique claro como a luz que os métodos são assuntos secundários; que a mente plena, o coração caloroso, a vontade dominante são primários - e não apenas primários, mas também fundamentais: pois se não for um ser pleno que usa os métodos, será como vestir uma imagem de madeira com roupas de homem. J. BERG ESENWEIN, NARBERTH, PA, 1º DE JANEIRO DE 1915. EPIGRAFICO O bom senso nunca deixa de dar àqueles que o possuem palavras suficientes para se fazerem entender. Acontece com muita frequência em algumas conversas, como nas farmácias, que os frascos azuis ou com coisas de pouco valor são vestidos de forma tão vistosa quanto as coisas de maior valor. Quando se trata de assuntos importantes, a pessoa que toma preferência por mensagens curtas e fáceis de entender é ruim, mas tolerar a falta de frascos de frascos é pior, porque um homem ousado pode atrair a atenção com sua postura, enquanto um covarde com coração de coelho convida ao desastre. A humildade não é o desconto pessoal que devemos oferecer na presença de outras pessoas - hooe uma reação moderna muito saudável contra essa antiga interpretação. A verdadeira humildade deve ser experimentada por todo homem que se conhece profundamente; mas não é uma humildade que assume uma mansidão semelhante à de um verme; é, em vez disso, uma oração forte e vibrante por maior poder de serviço - uma oração que Uriah Heep jamais poderia ter proferido. Certa vez, Washington Irving apresentou Charles Dickens em um jantar oferecido em sua homenagem. Na metade de seu discurso, Irving hesitou, ficou constrangido e sentou-se sem jeito. Virando-se para um amigo ao seu lado, comentou: "Pronto, eu li disse que falharia, e falhei. Se você acredita que vai fracassar, não há esperança para você. Você vai conseguir. Livre-se dessa ideia de sou um pobre verme na poeira. Você é um deus, com capacidades infinitas. Tudo está pronto se a mente for assim. A água olha para o rosto do sol sem nuvens. Dominar seu público No discurso público, assim como na eletricidade, há uma força positiva e uma negativa. O fator positivo pode ser seu ou de seu público. Se você assumi-ilo, essas inevitavelmente poderá torná-lo seu. Se você assumir o negativo, certamente será negativo. Assumir uma virtude ou um vício o vitaliza. Reúna todo o seu poder de autodireção e lembre-se de que, embora seu público seja infinitamente mais importante do que você, a verdade é mais importante do que ambos, porque é eterna. Se sua mente vacilar em sua orientação, a espada cairá de suas mãos. Sua presunção de ser capaz de instruir, guiar ou inspirar uma multidão ou até mesmo um pequeno grupo de pessoas pode assustá-lo como se fosse um atrevimento colossal - como de fato pode ser; mas depois de tentar falar, seja corajoso. Seja corajoso - está dentro de você ser o que quiser. Certifique-se de estar calmo e confiante. Reflita que seu público não lhe fará mal. Se Beecher, em Liverpool, tivesse falado por trás de um biombo, teria convidado o público a lançar os misseis maduros que ele carregava; mas ele era um homem, enfrenteu seus ouvintes hosts sem medo - e os conquistou. Quando estiver diante de seu público, pare por um momento e olhe para ele: há cem chances em um de que ele queira que você seja bem-sucedido, pois que homem é tão suficiente para gastar seu tempo, talvez seu dinheiro, na esperança de que você desperdice o investimento dele falando de forma entediante? Sugestões finais Não tenha pressa para começar: a pressa demonstra falta de controle. Não peça desculpas. Isso não deve ser necessário e, se for, não ajudará em nada. Siga seu caminho. Respire fundo, relaxe e comece com um tom de conversa calma, como se estivesse conversando com um grande amigo. Você não achará tão ruim quanto imaginava; na verdade, é como dar um mergulho frio: depois que você entra, a água fica boa. Na verdade, depois de falar algumas vezes, você até antecipa o mergulho com euforia. Ficar na frente de um público e deixar que eles pensem seus pensamentos depois de você é um dos maiores prazeres que se pode conhecer. Em vez de temer isso, você deveria estar tão ansioso quanto os cães de caça puxando a coleira ou os cavalos de corrida puxando as rédeas. Portanto, expulse o medo, pois o medo é vil quando não é dominado. Os mais corajosos conhecem o medo, mas não se rendem a ele. Encare seu público com coragem - em seus joelhos tremere, faça-os parar. Em seu público há uma vitória para você e para a causa que você representa. Vá e conquiste-a. Suponha que Charles Mxtall tivesse medo de derrotar os sarracenos em Tours; suponha que Colombo tivesse medo de se aventurar no oeste desconhecido; suponha que nossos antepassados fossem tímidos demais para enfrentar a tirania de George III; suponha que todo homem que já fez algo que valesse a pena fosse um covarde! O mundo deve seu progresso aos homens que ousaram, e você deve ousar fazer qualquer coisa que está em seu coração, pois muitas vezes é preciso coragem para profetizar uma única frase. Mas lembre-se de que os homens não erguem monumentos ou tecem louros para aqueles que temem fazer o que podem. Isso é desagradável, mas não faz isso sem pensar. A monotonia, o pecado cardinal e mais comum do orador público, não é uma transgressão - é mais um pecado de omissão, pois consiste em viver de acordo com a confissão do livro de orações: Deixamos de fazer as coisas que deveríamos ter feito. Emerson diz: A virtude da arte está no desapareço, na apreensão de um objeto em sua variedade embaraçosa. E exatamente isso que o orador monótono não consegue fazer: ele não separa um pensamento ou frase de outro, todos são expressos da mesma maneira. Dizer que seu discurso é monótono pode significar muito pouco para você, portanto, vamos analisar a natureza e a maldição da monotonia em outras esferas da vida, para que possamos entender melhor como ela pode arruinar um discurso que, de outra forma, seria bom. Se a Victrola do apartamento vizinho só reproduzir três seleções repetidamente, é bastante seguro presumir que seu vizinho não tem outros discos. Se um alto-falante usa apenas alguns de seus poderes, isso é uma indicação muito clara de que o restante de seus poderes não está desenvolvida. A monotonia revela nossas limitações. Em seu efeito sobre a vítima, a monotonia é, na verdade, mortal - ela tira a flor da face e o brilho dos olhos tão rapidamente quanto o pecado, e muitas vezes leva à maldade. A pior punição que a engenhosidade humana já foi capaz de inventar é a monotonia extrema, o confinamento solitário. Coloque uma bola de gude sobre a mesa e, durante dezoito horas por dia, não faça nada além de mudar essa bola de gude de um ponto a outro e vice-versa, e você ficará louco se continuar por muito tempo. Portanto, essa coisa que encurta a vida, que é usada como a mais cruel das punições em nossas prisões, é a coisa que destruirá toda a vida e a face da fala. Evite-o como evitaria o tédio morto. Os ricos ociosos podem ter meia dúzia de casas, comandar todas as variedades de alimentos colhidos nos quatro cantos do mundo e navegar para a África ou para a Ásaca quando quiserem; mas o homem pobre precisa caminhar ou pegar um bonde - ele não pode escolher entre lates, carros ou trens especiais. Ele precisa passar a maior parte de sua vida trabalhando e se contentar com os alimentos básicos do mercado. De forma mais ampla, falta de variação. O orador monótono não só fala no mesmo volume e tom, mas também usa sempre a mesma ênfase, a mesma velocidade, os mesmos pensamentos - ou faz isso sem pensar. A monotonia, o pecado cardinal e mais comum do orador público, não é uma transgressão - é mais um pecado de omissão, pois consiste em não ser terrivelmente iguais. A natureza em sua riqueza nos oferece uma variedade infinita; o homem, com suas limitações, costuma ser monótono. Retorne à natureza em sua maneira de falar. O poder da variedade está em sua capacidade de proporcionar prazer. As grandes verdades do mundo muitas vezes foram encapsuladas em histórias fascinantes - Os Miseráveis, por exemplo. Se quiser ensinar ou influenciar os homens, você deve agradá-los, primeiro ou por último. Tome a mesma nota no piano repetidas vezes. Isso lhe dará uma ideia do efeito desagradável e chocante que a monotonia tem sobre o ouvido. O dicionário define monótono como sinônimo de desgastante. Isso é dizer o mínimo. É exasperante. O príncipe da loja de departamentos não enoja o público tocando apenas uma música, "Come Buy My Wares! Ele dá recitais em um órgão de US\$ 125.000, e as pessoas felizes naturalmente entram em um clima de compra. Como superar a monotonia Evitamos a monotonia ao nos vestirmos enchendo nosso guarda-roupa. Evitamos a monotonia ao falar multiplicando nossos poderes de fala. Multiplicamos nossos poderes de fala aumentando nossas ferramentas. O carpinteiro tem ferramentas especiais com as quais constrói as várias partes de um edifício. O organista tem certas teclas e botentes que manipula para produzir suas harmonias e efeitos. Da mesma forma, o orador tem certas ferramentas e implementos à sua disposição com os quais constrói seu argumento, joga com os sentimentos e orienta as crenças de seu público. Dar a você uma concepção dessas ferramentas e ajuda prática para aprender a usá-las são os objetivos dos capítulos imediatamente seguintes. Por que os filhos de Israel não aceleraram pelo deserto em luzes, e por que Noé não tinha entretenimento com imagens em movimento e máquinas de falar na Arca? As leis que nos permitem dirigir um carro, produzir imagens em movimento ou música na Victrola teriam funcionado tão bem naquela época quanto agora. Foi a ignorância da lei que privou a humanidade de nossas conveniências modernas durante séculos. Muitos oradores ainda usam métodos de carro de boi em seus discursos, em vez de empregarem métodos de carro ou de expresso terrestre. Eles ignoram as leis que tornam o discurso eficiente. Somente na medida em que você considerar e usar as leis que estamos prestes a examinar e aprender a usar, você terá eficiência e força em seu discurso; e somente na medida em que você as ignorar, seu discurso será fraco e ineficaz. Nunca é demais enfatizar a necessidade do domínio operacional real desses princípios. Eles são a base do discurso bem-sucedido. "Acerte seus princípios", disse Napoleão, "e o resto é uma questão de detalhes". É inútil ferrar um cavalo morto, e todos os princípios sólidos do cristianismo nunca transformaram um discurso vivo em um discurso morto. Portanto, que fique claro que falar em público não é uma questão de dominar algumas regras mortas; a lei mais importante de falar em público é a necessidade de verdade, força, sentimento e vida. Esqueça todo o resto, mas não isso. Quando você dominar os mecanismos de fala descritos nos capítulos a seguir, não será mais atormentado pela monotonia. O conhecimento completo desses princípios e a capacidade de aplicá-los lhe dará grande variedade em seus poderes de expressão. Mas eles não podem ser dominados e aplicados apenas pensando ou lendo sobre eles - você deve praticar, praticar, PRATICAR. Se ninguém mais o ouvir, ouça a si mesmo: você deve ser sempre o seu melhor crítico e o mais severo de todos. Os princípios técnicos que estabelecemos nos capítulos a seguir não são criações arbitrárias de nossa parte. Todos eles se baseiam nas práticas que os bons oradores e atores adotam - seja de forma natural e inconsciente ou sob instrução - para alcançar seus efeitos. É inútil advertir o aluno de que ele deve ser natural. Ser natural pode ser monótono. O pequeno morango do Ártico, com algumas sementes pequenas e sabor azedo, é uma fruta natural, mas não se compara à variedade melhorada que temos aqui. O carvalho antigo na encosta rochosa é natural, mas é uma coisa pobre em comparação com a bela árvore encontrada nas terras baixas ricas e úmidas. Seja natural, mas aprimore seus dons naturais até se aproximar do ideal, pois devemos nos esforçar para alcançar uma natureza idealizada, em frutos, árvores e palavras. PERGUNTAS E EXERCÍCIOS. 1. Quais são as causas da monotonia? 2. Cite alguns casos da natureza. 3. Cite casos da vida cotidiana humana. 4. Descreva alguns dos efeitos da monotonia em ambos os casos. 5. Ler em voz alta um discurso sem prestar atenção especial ao seu significado ou força. 6. Agora repita-o depois de ter assimilado completamente a matéria e o espírito. Que diferença você percebe em seu desempenho? 7. Por que a monotonia é uma das piores e mais comuns falhas dos oradores? CAPÍTULO 3. EFICIÊNCIA POR MEIO DE ÊNFASE E SUBORDINAÇÃO Em uma palavra, o princípio da ênfase... é mais bem seguido se não nos lembrarmos de regras específicas, mas nos encermos de um sentimento específico. -C.S. BALDWIN, Writing and Speaking. A arma que espalha demais não pega os pássaros. O mesmo princípio se aplica à fala. O orador que dispersa sua força e ênfase aleatoriamente em uma frase não obterá resultados. Nem todas as palavras têm importância especial, portanto, apenas algumas palavras exigem ênfase. Se você disser MASSACHUSETTS e MinneAPolis, você não enfatiza cada sílaba da mesma forma, mas dá muita ênfase à sílaba acentuada e passa por cima das sílabas sem importância. Agora, por que você não aplica esse princípio ao falar uma frase? Até certo ponto, sim, na fala comum; mas você o faz em discursos públicos? É aí que a monotonia causada pela falta de ênfase é tão dolorosamente evidente. No que diz respeito à ênfase, pode-se considerar a frase do meio como uma palavra grande, com a palavra importante como a sílaba acentuada. Observe o seguinte: O destino não é uma questão de acaso. É uma questão de escolha. Também é possível dizer MASS-A-CHU-SETTS, enfatizando cada sílaba igualmente, como se quisesse dar a mesma ênfase a cada palavra nas frases anteriores. Fale em voz alta e você verá. É claro que você vai querer enfatizar o destino, porque é a ideia principal da sua declaração, e vai enfatizar o não, caso contrário, os ouvintes poderão pensar que você está dizendo que o destino é uma questão de acaso. De qualquer forma, você deve enfatizar o acaso, pois essa é uma das duas grandes ideias da declaração. Outro motivo pelo qual o caso ganha ênfase é o fato de contrastar com a escolha na frase seguinte. Obviamente, o autor contrastou essas ideias de propósito, para que pudessem ser mais enfáticas, e aqui vemos que o contraste é um dos primeiros expedientes para obter ênfase. Como orador público, você pode passar facilmente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pensava quando vê o rato, mas sabemos o que o presidente fez. As palavras THOUGHT e THOUGHT chamam imediatamente a atenção do leitor porque são diferentes das outras, e não principalmente porque são maiores. Se todas as demais palavras dessa frase fossem dez vezes maiores do que são, e DID e THOUGHT fossem mantidas em seu tamanho atual, elas ainda seriam enfáticas porque são diferentes. Veja o seguinte trecho do romance de Robert Chambers, The Business of Life. As palavras you, had, would são todas enfáticas porque foram traduzidas de forma diferente. Ele olhou para ela com grande espanto. Bem, o que você chama se não for covardia, sair de fininho e se casar com uma garota indefesa como essa! Você esperava que eu lhe desse a oportunidade de me destruir e envenenar a mente de Jacqueline? Se eu fosse culpado do que você me acusa, o que fiz teria sido uma covardia. Caso contrário, é justificável. Um ônibus da Fifth Avenue chamaria a atenção para Minisink Nord, em Nova York, enquanto uma das equipes de boi que passam frequentemente por lá charnaria a ênfase para a FIBH. Avante. Para tornar uma palavra enfática, pronuncie-a de forma diferente da maneira como as palavras ao redor são pronunciadas. Se você tiver falado alto, pronuncie a palavra enfática em um sussurro concentrado - e terá uma ênfase intensa. Se estiver indo rápido, vá bem devagar e escreva a palavra enfática. É claro que isso é notícia; isso é incomum. Agora, o orador que diz E UMA ESCOLHA está dando muita ênfase a coisas que não são mais importantes para os leitores urbanos do que uma mordida de cachorro e, quando ele não enfatiza a escolha, é como o jornalista que passa por cima da mordida de cachorro de um homem. O orador ideal faz com que suas grandes palavras se destaquem como picos de montanhas; suas palavras sem importância ficam submersas como o leito de um riacho. Seus grandes pensamentos se destacam como enormes carvalhos; suas ideias sem valor especial são simplesmente como a grama ao redor da árvore. De tudo isso, podemos deduzir este importante princípio: a ênfase é uma questão de CONTRASTEANTE e CONTRAÇÃO. O New York American publicou recentemente um editorial de Arthur Brisbane. Observe o seguinte, inprime no mesmo tipo de letra que este aqui. =Não sabemos o que o presidente estava pensando quando recebeu a mensagem, nem o que o elefante pens