

JAMES MCSILL

DIZ

JAMES MCSILL



Maio de 2026

FICHA TÉCNICA

Título: Diz James McSill

Autor: James McSill

Composição: João Bento

ISBN: 978-989-9353-23-7

1.ª Edição: Maio 2026

Este livro foi composto pelos tipos:

Palatino Linotype, Avenir Next Condensed e Monserrat

©2026 Storykite

Todos os direitos reservados de acordo com a legislação em vigor.

Diz James McSill

Uma conversa franca com James McSill sobre alguns dos mais importantes pontos que envolvem a utilização do Storytelling

James McSill por James McSill

Basta apenas uma história para abrir novas perspectivas e desafiar as narrativas dominantes. Juntos, temos o poder de reinventar a nossa realidade.

Sou fruto, e assim é a minha empresa, da minha história de vida: cresci trilíngue, com a praticidade dos escoceses, a fleuma dos ingleses, o coração aberto dos luso-brasileiros e os exageros emocionais dos hispânicos. O viver na Europa expôs-me a mitos, lendas e histórias que inspiraram monarcas e povos durante milênios. A experiência das histórias é universal, a ciência do Storytelling tem origem europeia. Quando criança culpava os meus pais por ser «obrigado» a falar inglês, português e espanhol, mais tarde fiz disto o meu diferencial, que me levou a desfrutar de uma área de atuação que abrange mais que dois bilhões de pessoas, e a acumular e partilhar experiências que outros no meu campo não teriam como fazê-lo.

O meu trabalho sempre almeja três resultados:

Alcançar soluções de destaque por meio da criação de histórias fundamentais nos últimos 15 mil anos de História do Storytelling, apoiando grandes iniciativas em todo o mundo que fornecem respostas inovadoras e eficazes à questão «Por que preciso usar ‘histórias’?».

Abrir novas perspectivas, contrabalançando as narrativas convencionais amplamente disseminadas pelos meios de comunicação que proporcionam uma visão pessimista do mundo e promovem sentimentos de medo e desamparo.

Fomentar o impacto social, destacando soluções e promovendo modelos, buscando fornecer fontes de inspiração e o incentivo de ações positivas dos públicos-alvo (empresas, indivíduos ou organizações).

James McSill por quem desenvolveu projetos com James McSill

«O que dizer desse ser humano incrível? Tive a alegria de aprender a arte de Storytelling com James e o privilégio, mais que isso, a bênção de tê-lo como meu coach literário para produção de meus livros. Porém, muito mais que ensinar a arte de contar estórias e histórias (eu penso que tudo é história), James nos instiga a (re)contar a nossa própria história, nos instiga a sermos melhores, a nos superarmos continuamente (...). Sua capacidade de tocar no coração e inspirar pessoas faz dele um agente de transformação - diria um sublime agente de transformação -, não só das pessoas, mas das organizações e da sociedade. Agradeço a vida a oportunidade que me deu de conhecer o James, sou uma pessoa melhor.» *Robson Santarem, Coach Executivo ACC / ICF, Consultor em Gestão de Pessoas, Palestrante, Escritor.*

«James McSill possui o encanto em forma de pessoa. Um amigo que ao incitar para vir até Sobral, onde nem a vista alcança da Capital Fortaleza, veio com prazer e aqui, em uma série de palestras envolvendo milhares de pessoas no auditório e online, desenvolveu nos que lá estavam reflexões como: que histórias produzem vidas, que histórias são imortais... e elas conduzem a mudança de mundo.» *Ilso Stopassola da Silva, Executive Director na Faculdade Ieducare.*

«James é o mago das palavras e tem o dom de ativar o mensageiro de manifestos de vida que mora dentro de cada um de nós!» *Mirian Hatori, Master Facilitator.*

«James McSill é ótimo naquilo que faz, altamente comprometido e disposto a ajudar as pessoas a realizarem seus sonhos. Posso dizer que evoluí 1000% em termos literários a partir do trabalho do James e para quem ainda não sabe como estruturar suas ideias para começar um livro de sucesso, James é a pessoa certa, pode confiar. Muita experiência envolvida, além de ser um gentleman!» *Jerônimo Mendes, Administrador, Coach, Educador, Empreendedor e Escritor | Palestras e Treinamentos Corporativos.*

«James McSill é um mago. Ele usa o seu conhecimento e sabedoria para colocar magia em palavras e histórias. Ele é generoso e está sempre feliz em compartilhar o que sabe e em ajudar os outros - como eu - a entender e usar histórias em um contexto muito mais amplo e fascinante. James é extremamente profissional. Passei uma semana em seu estúdio na Inglaterra e ele esteve comigo todos os dias, mesmo se recuperando de um acidente muito sério. Seu compromisso é inigualável. James é simplesmente um dos profissionais mais talentosos, talentosos e generosos com quem tive o privilégio de trabalhar.» *Allan Costa, New World Evangelist | Co-Founder at AAA Academy | Keynote Speaker | Angel Investor | Curious and Nonconformist.*

Introdução

A importância da história verdadeira

De uma coisa tenho certeza absolutíssima: todos somos bons em duas coisas, pois já nascemos assim. No primeiro choro já estamos a lidar com pessoas e histórias. E lidar muito bem, ou a nossa espécie já teria se extinguido há muuuuuuito tempo. Não precisamos de qualquer formação em Storytelling que nos capacite a ajudamos as pessoas a contar histórias autênticas como indivíduos e grupos. Naturalmente perguntamos «como é que é?» e o nosso interlocutor já vai soltando o verbo. É irresistível não responder se alguém nos pede para contarmos uma história. Usamos a narrativa para nos ajudar a entender experiências, conectar e resolver problemas. Ou seja, sem o domínio natural do poder das histórias não interagimos como o mundo. Daí a importância da história mais crucial de todas, a que temos de contar e recontar e que nos define agora e sempre...

A Nossa História Pessoal

Numa Conferência de Storytelling em que participei em maio deste ano (2018) em Salvador, no Brasil, compartilhei uma importante lição sobre o poder da minha história pessoal. Do palco, contei a história da Kitty, uma gatinha de estimação que tive por muito anos e a trágica história de um acidente que quase me tirou a vida em 2015. Acredito que a história que você conta a si mesmo afeta como as pessoas percebem a você

como ser humano e pauta indubitavelmente o seu sucesso. Por que sempre me defino pelas histórias pessoais? Por que são as lições que aprendi na vida, e são reais. Recuso-me a inventar ‘historinhas’ a fim de criar empatia com a minha audiência. Deixo as histórias ‘inventadas’ para ilustrar pontos, crio-as bem absurdas, para enfatizar o tópico que está sendo discutido ou ensinado, não busco emocionar a audiência com mentiras.

Resultado disso? Após uma palestra, que gosto de chamar de conversas pessoais e intransferíveis, faço dezenas de amigos. Já ao descer do palco ou a receber e-mails ou mensagens na mídias sociais, percebo claramente que a audiência age como se já me conhecesse há muito. E me conhece! A conversa foi pessoal, intransferível e ÍNTIMA. Um profissional das histórias não pode ter medo da intimidade, não pode ter medo da verdade. O nosso coração sempre se abre para a verdade, para o terno, para o pessoal.

Outro resultado disso? Contar histórias pessoais é fácil, não preciso de preparação nem de truques de oratória – aliás, tenho os meus receios quando me deparo com um palestrante usando truques de oratória. É meio como me deparar com uma bebê ao nascer propositadamente colocando a mãozinha na barriguinha e fazendo um grunhido especial para pedir leite e abrigo. Credo! Pareceria que a criança nasceu possuída pelo diabo, um verdadeiro filme de terror.

E, por abrir o meu coração, ainda há mais outro resultado! Muitas pessoas me enviam um email ou outro tipo de mensagem para perguntar como podem trabalhar em sua própria história. Que ótima pergunta! O meu trabalho é este: oferecer conselhos sobre esse assunto, e fico feliz em dizer que, mesmo em anos de crises extremas, ainda atendo indivíduos e empresas e desenvolvo projetos no limite da minha capacidade. A minha audiência vem a mim porque somo amigos, temos um laço.

Esse relato que você leu é um alerta. Aqui vai outro, para ilustrar porque quero levantar esse assunto.

Todo dia pela manhã, sento-me ao computador e, como a metade da humanidade, verifico os meus emails e mensagens. Mas tenho um hábito, vou a caixa de spam – lixo – e corro o olhar de cima a baixo para ver se não chegou algo importante que foi filtrado pelo ‘inbox’.

Em geral, não há. Mas há, pasmem, até 300 mensagens tentando atrair a minha atenção à mensagem no corpo do email anunciando algum tipo de «história pessoal». Há o absurdo, coo alguém que garante que aumentou o pênis em 3cm em uma semana com o tratamento tal, esses ninguém lê mesmo (acho...), mas há os mais sutis, como o computador que avariou na noite anterior e «talvez» o email discorrendo sobre um produto digital não teria chegado, então o meu benemérito correspondente me envia a dita oferta outra vez. Quê? Qual idiota cai nesse tipo de truque? Digo de coração partido, que muita gente cai.

O nosso cérebro não diferencia muito bem entre o conto do vigário e uma história verdadeira. Só que, se a ficha cai e diferencia, corre da história mentirosa como vampiro do sol. Por que, então, tem tanta gente inventando história para vender? Explicação: os profetas do sucesso, que põem o foco no sucesso – financeiro é o mais usual – em vez de o colocar no sucesso do relacionamento com base na verdade.

O fato é que, claro, contar histórias, sejam elas quais forem, gera um resultado maior do que não contar história alguma. Entretanto, tem gente que gasta uma fortuna para criar uma lista de 10 mil pessoas e passa a enganá-las para juntar uns tostões. Se a casa vai cair ou não são outros quinhentos, mas que o retorno, salvo raras exceções, é baixo, e, por cima de tudo, correm o risco de serem descobertos ou a fichinha que me referi acima neste artigo cair é muito grande e o «cliente» abandonar a lista, não só a lista que lhe enfiam o

que realmente não precisa garganta abaixo, mas toda e qualquer lista de todo e qualquer pessoa que lhe queria vender alguma coisa – mesmo que necessária.

Viram o problema? Quem conta histórias inventadas, mentirosas, formulaicas, não só corre o risco de prejudicar a si, mas sobretudo, prejudicar toda uma categoria de pessoas honestas, que têm algo útil a oferecer.

Onde entra a história pessoal nisso? Onde entra o contato pessoal nesta história?

As nossas histórias são entidades vivas e em evolução, que mudam com cada estágio da vida. Elas não permanecerão as mesmas para sempre, significa que você pode se conectar com o que é real e importante e necessário para você agora. Conectar-se com uma história pessoal alivia as dores da existência, ocupa os espaços vazios da alma, torna mais palatável essas nossas vidas ocupadas, caóticas e estressadas, ajuda você a questionar a si mesmo de modo a desenvolver uma compreensão mais profunda de si. Levei vários anos e atualmente, não tenho mais medo de praticar a minha autorreflexão em público, de incluir nas minhas palestras e cursos um registro do meu cotidiano, do meu banal, das minhas caminhadas, descobertas, conversas longas e honestas com o meu público, meus parceiros. A história pessoal tem a vibração da verdade. E é verdade que para o cérebro pouca diferença faz...

Faz, porém, muita diferença para a alma. Não a dos outros, mas a minha. E muita diferença para os meus ganhos financeiros e humanos, para a minha saúde física e mental. Não é incomum eu ter ‘conversado’ com um grupo de 300 pessoas e receber uma mensagem pessoal de 250. Menos incomum ainda é o número de ‘conversões’ em clientes-fãs entre essas 250.

A histórias pessoais entram e se alojam num lugar especial dentro da nossa audiência. Imediatamente que ouve você sabe, ou sente, por que você faz o trabalho que faz, como os

seus valores se alinham ao trabalho que você faz, qual a sua visão para a sua vida, como isso se cruza com o seu trabalho e muito, muito mais.

Tente experimentar o marketing do coração, escolha apenas histórias que mostrem quem você é e a que veio, pondere: se você fizer como todos fazem é como ficar gritando numa sala em que todos gritam. Até, a princípio, dá para gritar mais alto. Só que chegará um ponto que todos atingirão o limite dos seus pulmões e ninguém será ouvido. As grandes mensagens chegam no silêncio, na calada da madrugada do espírito.

Não tem muitas histórias pessoais? Não tem problema! Escreva um diário. Medite sobre a vida e anote as lições que o Universo lhe ensinará. Fale com os anjos, se for religioso, com as musas, se for poeta. Crie o hábito de refletir sobre o que você está pensando, procure por palavras, frases e imagens recorrentes. Estas são as sementes da sua história pessoal - o seu eu mais autêntico.

Autenticidade vende!

7 segredos básicos agora revelados

Eis sete conselhos a partir da ótica de James McSill, que trabalha com quem escreve ou quer escrever e vê que, entre autores em geral, apenas um em cada cinco a dez mil consegue algum tipo de publicação comercial. Por que será?

1. Seja autêntico. Escreva o melhor que puder dentro da sua capacidade. Dá-me um frio na barriga cada vez que me aparece um autor com um texto que não é dele fingindo que é. Ghost-writing em circunstância especiais e se muito bem feito não tem problema, mas GW só para ver o nome na capa de um livro é um ato de vaidade que expõe o “autor” ao ridículo.

2. Se conseguir quem publique, fique agradecido. Vejo toda hora gente que tentou publicar durante anos e no momento em que consegue a editora vira um monstro, fazendo exigências que nem Dan Brown faria para publicar. Depois não entendem por que a editora caiu fora e ninguém mais quis aquele texto.

3. Entenda o processo todo que leva da escrita à publicação. Tem gente que acha que editar é apenas acertar a grafia e pôr uma vírgula onde o autor se esqueceu.

4. Se o texto não for profissional ainda, você AINDA não deve torná-lo público. O texto profissional, mesmo ‘mal escrito’, flui, é gostoso de ler. É feito comida, pode ser simples, mas tem que ser bem feitinha ou poderá dar dor de barriga. Escreva e reescreva, edite e reedite até ficar tinindo. 5. Se o

texto que você quer publicar não tiver um valor agregado, isto é, ser algo significativo para alguém, possivelmente, mesmo que publicado, ninguém vai querer ler. Mesmo a literatura de puro entretenimento pede por ‘algo mais’.

6. Networking (quem você conhece na indústria do entretenimento, da formação ou da informação) é responsável por mais 80% dos autores publicados em países como o Brasil. Um autor desconhecido ou sem uma plataforma ‘concreta e mensurável’, que saibamos que o levará a vender certa quantidade de exemplares, cada vez menos é um autor atraente para uma editora comercial – isto é, que investirá na publicação do texto.

7. Evite a autopublicação. Sabemos de um “sucesso” ou outro – grãos de areia nas praias em que morrem os autopublicados. No mercado mundial há cerca de um sucesso a cada nove milhões de títulos. No Brasil, tivemos o caso do Paulo Coelho e do André Vianco que começaram autopublicando, num mercado que publica cerca de 22 mil títulos ao ano, dois em vinte anos. A possibilidade de você ser o próximo Coelho ou Vianco, garanto, é quase nula. É melhor escrever bonitinho e achar quem pague para publicar você ou, por que não, com toda a dignidade do mundo, fazer outra coisa da vida! Dar murro em ponta de faca, como dizem os gaúchos, é pura bobagem. De repente, pintar, dançar ou cantar é a sua praia!

Capítulo 2: Engajamento — Criando Elementos que Prendem os Leitores

Explicação:

Aqui você aprenderá a desenvolver ganchos poderosos, estabelecer ressonância emocional e garantir que sua história capture a atenção do leitor desde a primeira página.

Exercício 1:

Escreva uma abertura de 100 palavras para sua história que prenda imediatamente a atenção do leitor.

Exercício 2:

Identifique três momentos em sua história onde você evocará emoções fortes. Escreva uma breve descrição de como cada momento se desenrolará.

Template:

- Template de Abertura com Gancho:
- Descrição da Cena de Abertura:
- Introdução do Personagem Principal:
- Elemento de Tensão:
- Razão para o Leitor se Importar:

Capítulo 3: Arquitetura — Estruturando para o Sucesso do Leitor

Explicação:

Construir uma estrutura clara e coerente é crucial para a satisfação do leitor. Este capítulo foca nos arcos da história, esboços de capítulos, subtramas e consistência dos personagens.

depois modifique-a para atender às necessidades da sua história.

Template:

- Template de História de Fundo de Personagem:
- Nome do Personagem:
- Eventos-Chave da Vida:
- Motivações:
- Conflitos:
- Potencial de Crescimento:

Capítulo 5: Revisão e Refinamento

Explicação:

Este capítulo se concentra em revisar seu manuscrito para garantir consistência, coerência e impacto emocional. Você aprenderá a incorporar feedback e realizar revisões finais com a ajuda da IA.

Exercício 1:

Peça à IA para resumir seu manuscrito. Revise o resumo para verificar a coerência e o fluxo da história.

Exercício 2:

Crie uma pesquisa com a ajuda da IA e distribua para leitores beta para coletar feedback.

Template:

- Lista de Verificação de Revisão do Manuscrito:
- A história está alinhada com as expectativas do leitor?
- Há ressonância emocional nos momentos-chave?
- Os arcos dos personagens são claros?
- O ritmo é consistente ao longo do livro?