

FALANDO EM PÚBLICO

VILSON SANTOS

FALANDO EM PÚBLICO

Marketing Pessoal, v. 2

ética

Copyright © 2008, by
Vilson Santos

Todos os direitos reservados.

Coordenação editorial: **Adalberto Franklin**
Revisão: **Rita de Cássia Barros Marques**
Projeto gráfico: **Ética Editora**
Capa: **Ramon Bravin Henrique**
Impressão: **Ética Editora** (sistema digital)

Dados de Catalogação na Publicação

Santos, Vilson.

Marketing Pessoal: falando em público. / Vilson Santos.
– Imperatriz, MA: Ética, 2008.

95 p. [Série Marketing Pessoal, v. 2]

1. Administração – Marketing. 2. Marketing Pessoal. 3.
Motivação Pessoal e Profissional.

I. Santos, Vilson. II. Título.

CDD 658.3

Ao senhor Deus,
toda honra e toda glória.

Às mulheres de minha vida,
Daniele, Bárbara e Thawana.

PREFÁCIO

O primeiro livro do autor, **Marketing Pessoal: atitudes e comportamentos na construção da marca pessoal** teve grande aceitação, especialmente entre profissionais das áreas de Administração e de Direito. À época, acreditei que essa produção teria satisfeito sua ânsia de comunicar aos outros o que considerava importante para o aperfeiçoamento da imagem. Contudo, algum tempo após, percebi que Vilson passou a tecer longos comentários sobre apresentações de trabalhos acadêmicos, sobre o medo das pessoas no contato com o público, sobre falhas na comunicação...

Esses comentários me indicavam apenas uma coisa: Idéias! Como lâmpadas se acendendo acima das cabeças dos personagens de “gibis”, as idéias sobre um novo livro estavam brotando na mente acelerada do Vilson. Meses depois, laconicamente (como sempre) me “informou” que eu iria revisar o tal novo livro. Muita responsabilidade para quem não é especialista em língua portuguesa e é mais adepta da informalidade que das rígidas regras de nossa gramática.

Por isso, ao ler (de uma só vez!) o primeiro esboço, tive duas impressões: a primeira é de que este livro era uma continuação do primeiro, abordando os aspectos específicos da comunicação com o público, parte extre-

mamente importante do que o pessoal da área de Administração denomina “marketing pessoal”.

A segunda impressão envolvia sérias dúvidas sobre que linguagem seria adequada, diante de informações tão práticas e tão pessoais! Afinal, falar de carisma, de medo, de falhas de comunicação e até de roupas adequadas para uma apresentação formal atingiria o leitor diretamente em suas maiores fraquezas. Seria como “por um dedo na ferida” para, em seguida, oferecer o remédio.

Não que este livro apresente “remédios” prontos e plenamente eficazes contra os medos (traduza-se em pânico) e outras falhas no momento de falar em público, mas apresenta o conhecimento empírico, apoiado, naturalmente, em teorias científicas, de quem já passou e superou essa aterrorizante experiência.

Para os leigos, na área de comunicação, a teoria contida nos capítulos **“Carisma e comunicação”** e **“Estrutura racional da comunicação”** ajuda a compreender os mecanismos para a preparação de uma comunicação realmente eficaz. Da mesma forma, os exercícios práticos propostos a partir do capítulo **“Medos, bloqueios e barreiras”** nos levam à certeza do Poder que podemos alcançar nessa esfera pessoal.

Enfim, na revisão final, resolvemos pelo (quase) assassinato da gramática. Explico: o que significa a gramática para o texto? A gramática dá a estrutura adequada, mas o texto é que teria o papel de envolver e expressar

ao leitor todos os aspectos da dinâmica do ato de falar em público.

Nesse caso, deixar “à vontade” os tempos verbais, por exemplo, pouca influência causa ao objetivo final deste livro que é ajudar o leitor a superar suas dificuldades, através de uma leitura agradável e produtiva enquanto aguarda pelo (certamente) próximo volume da coleção Marketing Pessoal.

Rita de Cássia Barros Marques

SUMÁRIO

Apresentação	13
1 A primeira experiência	15
2 Carisma e Comunicação	17
3 Estrutura racional da comunicação	23
4 Medos, bloqueios e barreiras	28
5 Instrumentos de Preparação para a Comunicação	34
8 Itens importantes no plano de desenvolvimento pessoal	46
9 Apresentação de trabalhos acadêmicos	48
10 Apresentações de trabalhos em grupo - Comportamentos	53
O uso de recursos audiovisuais na sala de aula	57
11 Apresentações em público	59
Preparação do terreno	59
Planejamento pessoal	62
15 Cuidados com a embalagem	64
16 Estrutura da apresentação em público	68
Iniciando a apresentação	68
Desenvolvimento da apresentação	71
Conclusão da apresentação	84
Avaliação da apresentação	86

17 Entrevistas em emissoras de rádio e TV	87
18 Uso de recursos audiovisuais	89
19 Oratória e política	92
Referências	99

APRESENTAÇÃO

A necessidade de comunicação faz parte do desenvolvimento humano. Sem ela, seria impossível a compreensão entre as pessoas. Quando nos comunicamos, revelamos nossa inteligência e perspicácia, ampliamos nossos conhecimentos, habilidades e atitudes.

Se observarmos bem, a maioria dos erros, sejam eles pessoais ou profissionais, têm suas origens nas falhas de comunicação. Estas falhas estão diretamente relacionadas com a falta de sintonia e má interpretação das mensagens emitidas e recebidas.

Não há dúvida que a comunicação eficaz é um grande diferencial para quem deseja uma boa colocação no mercado de trabalho, almeja um novo cargo ou apenas pretende sair-se bem nas apresentações acadêmicas, em um discurso político, etc.

Convivemos diariamente com as mais diversas formas de comunicação em ambientes também diversificados, com membros da família, colegas de trabalho, alunos, clientes, fornecedores, superiores e subordinados, o que não é uma tarefa fácil.

Em todas essas situações, temos como desafio nos adequar e contornar as interferências que anulam ou bloqueiam o processo de comunicação. Para isso, é preciso

repensar as relações pessoais e profissionais, respeitando crenças e valores das outras pessoas, ajustando as semelhanças, os objetivos comuns e as formas de linguagem mais adequadas para um bom convívio. Agindo assim, evitaremos alguns dos problemas criados pela comunicação ineficiente.

Não é somente pelo uso da voz que influenciemos os ouvintes. Outros meios de expressão podem reforçar as palavras, tais como, a gesticulação, postura e o vestuário.

As ações do orador podem ser reveladas pela voz e escolha certa das palavras. Estas são naturalmente intensificadas com a expressão facial, o movimento do corpo e das mãos e o contato visual.

A comunicação não se nutre apenas de argumentos. Outros fatores também contribuem para o importante papel da arte de falar. A comunicação oral também é influenciada pelo volume da voz, a articulação das palavras e o uso correto das regras gramaticais.

Afinal, a comunicação foi e ainda é fundamental para a socialização humana. Cada momento, evento ou contexto requerem formas diferenciadas de mensagem. Desenvolver essa competência implica muito mais do que apenas conhecer e dominar as regras da comunicação: exige também percepção, dedicação e treinamento.

Vilson Santos

A primeira experiência

Não tenho a pretensão de apresentar neste livro uma fórmula mágica para alguém se tornar um exímio orador, ou simplesmente esgotar um assunto tão vasto.

O objetivo é mostrar, de maneira simples, que o caminho para quem deseja vencer o medo de falar em público ou melhorar a comunicação é possível e está ao alcance de todos. Basta o uso de técnicas e métodos adequados

Até meus 23 anos de idade, nunca passou por minha cabeça a possibilidade de encarar um auditório para falar sobre qualquer coisa. Mesmo fazendo faculdade, eu procurava sentar-me no fundo da sala, não para fazer bagunça, mas para que não atraísse a atenção do professor. E quando uma pergunta era feita, mesmo sabendo da resposta, não tinha coragem de falar, com receio da reação das pessoas.

Minha primeira experiência, e devo admitir que um tanto quanto tensa, foi quando participei de um curso de parapsicologia em Belém-Pará, pelo *Instituto Paraense de Parapsicologia (IPP)*. Após o termino de uma jornada intensa de estudo sobre controle e desenvolvimento mental, meu professor Voltaire Heskett (*in memoriam*), solicitou-me que falasse aos iniciantes do curso - um auditório com aproximadamente 70 pessoas - sobre o que era o curso e quais os benefícios.

Você não imagina o que aconteceu (ou pode até imaginar...), as conseqüências de uma solicitação dessa a uma pessoa que tem medo de falar em público. Na realidade, eu não tinha medo de me apresentar para uma platéia, eu tinha pavor!

Naquele momento o chão desapareceu sob meus pés, o coração acelerou, o auditório se multiplicou, deu um branco geral, fiquei gelado, a voz parecia não sair. Minha mente se esvaziou de tudo. Tive a sensação que ia desmaiar. Mas, como não havia jeito de escapar, já que a platéia estava aguardando, respirei fundo e procurei lembrar os acontecimentos durante a jornada de estudos. Como alguém que folheia uma agenda, fui organizando na memória os principais fatos. Os cinco minutos que falei foram para mim foi uma eternidade. Mesmo com a voz tremula, quando dei por conta, já havia falado de tudo que aconteceu. Ao término, olhei para o lado e vi nosso instrutor Voltaire sorrindo tranquilamente. Senti uma enorme vontade de esganá-lo, pelo que me fez passar. E ele só me disse uma frase “escolhi você, por que era preciso”.

Aprendi uma coisa com aquela situação. Se eu tivesse sido chamado para falar sobre algo que eu não conhecesse, com certeza não teria conseguido expressar absolutamente nada.

Desde aquele dia, iniciei um processo de treinamento pessoal para melhorar e estar preparado para qualquer ocasião, principalmente em apresentações de trabalhos na faculdade, coisa que eu abominava.

Carisma e comunicação

Palavra de origem grega, *kharisma*, derivada de *kharis*, significa “graça”.

Esse termo foi utilizado por São Paulo, no sentido de os cristãos receberam a “graça,” isto é, o dom gratuito da “vida eterna em Cristo Jesus” (Cf. Rom 6,23). São Paulo ainda dá a essa palavra sentidos mais estritos:

- “Cada qual recebe de Deus um **dom** (*kharisma*) **particular**” (1 Cor 7, 7).
- “Existe diversidade de dons (*kharisma*) espirituais, mas há um só Espírito” (1 Cor 12,4).

Por isso, para a Igreja Católica moderna, a palavra *kharisma* significa crisma ou crismado, ou aquele que recebeu uma graça ou um dom divino. Seria uma força divina conferida a uma pessoa, tendo em vista a sua necessidade ou utilidade em uma comunidade religiosa.

Esta expressão é utilizada, comumente, para definir o dom de influência e fascinação que um indivíduo, exposto às massas ou multidões, exerce sobre o público.

Sociologicamente, representa um conjunto de qualidades e habilidades inerentes a certo tipo de líder. É atribuída a alguém que possui qualidades especiais de liderança, seja por sanção divina ou, simplesmente, individualidade excepcional.

No entanto, o poder carismático é um poder sem base racional, é instável e facilmente adquire postura revolucionárias.

Não pode ser delegado, nem recebido em herança, como o poder tradicional. A legitimidade da autoridade carismática provém da devoção e capacidade de arrebatamento que o líder consegue impor aos seus seguidores através de suas características pessoais. O líder se impõe por ser alguém fora do comum, possuindo habilidades mágicas ou revelações de heroísmo ou poder mental de locução.

A relação entre carisma e comunicação, é simples. Esta última é sinônimo de poder e autoridade, isto é um fato inquestionável.

A busca da excelência na forma de comunicação é, e sempre será, um desafio para quem pretende atingir um nível de destaque no mundo profissional ou pessoal. Para tanto, é preciso que haja equilíbrio entre competência técnica, competência comportamental e equilíbrio emocional.

A comunicação refere-se ao processo que leva a uma maior compreensão de pontos de vista, opiniões, conceitos e modo de agir e se produz de duas formas:

1. A **comunicação interior** ou intrapessoal - diz respeito à comunicação que uma pessoa tem consigo mesma - corresponde à reflexão interior onde debatemos os nossos dilemas, dúvidas, orientações

e escolhas. Essa comunicação interior reflete nossa cultura, crenças, valores e preconceitos. É necessário possuir discernimento e controle sobre essa comunicação interior consciente, para poder intervir nesses fatores quando necessário. É o tipo de comunicação em que o emissor e o receptor são a mesma pessoa. Nesse caso, a mensagem pode ou não ser transmitida. Um modo de transmitir esse tipo de mensagem seria através dos diários pessoais. Ou seja, esta primeira etapa está ligada aos sentimentos dentro de nós mesmos.

2. A **comunicação externa** é expressa por palavras, expressões faciais, posturas e ações físicas. Utilizadas para nos comunicarmos com o mundo. Toda comunicação que fazemos é uma ação, uma causa em movimento, e regem alguma espécie de efeito em nós e nos outros. Portanto, melhorar a comunicação externa, formal e informal, permite construir relações transparentes e receptíveis, seguindo uma regra de lógica e coerência entre o pensar, planejar, transmitir e agir.

A comunicação, conforme foi dito, constitui um processo e ocorre passo a passo. Não se sucede a intervalos rigidamente separados, mas flui entre seus vários ângulos, de modo interligado. Cada passo é discernível e influenciável. Proceder “passo a passo” quer dizer: deixar que o objetivo visado se torne condutor dos pensamentos e ações.

Para tanto, é indispensável uma cuidadosa preparação da conversa, um conhecimento dos fatores que a antecedem e informações preliminares corretas. Quanto mais o objetivo se delinear nitidamente diante dos olhos, mais facilmente será alcançado.

Comunicação é argumento, e a argumentação nutre a conversação. Argumentar é provar alguma coisa, invocar razões, explicitar afirmações e justificar os pontos de vista. Consegue-se convencer pelo uso de argumentos honestos, completos e críveis. Contudo, argumentos podem se tornar evasivos e sem poder se colocados em momento, tom e circunstâncias impróprias.

Quem for capaz de prender uma platéia pela palavra é sempre bem sucedido, pois consegue convencer. Se o público se identifica com o que está sendo dito, não há necessidade de insistência sobre o assunto.

E não basta apenas uma exposição correta e objetiva de idéias, ela deve ser eloqüente, expressiva e enfática de acordo com o público-alvo. Devemos compreender que o principal meio para o entendimento é a linguagem e com ela podemos informar, comover, conduzir e persuadir. Podemos afirmar que, fazendo uso adequado da linguagem verbal e não-verbal, uma pessoa pode construir sua marca.

Seja você um empresário, executivo, advogado, médico, professor ou estudante, queira ou não, sua maior arma é a habilidade de se comunicar com o mercado-alvo de tal forma que suas idéias, produtos ou serviços provoquem desejos.

Diariamente estamos vendendo algo: produtos, serviços, idéias, imagens, marcas, etc. E um bom “vendedor” além de conhecer as características e benefícios dos seus produtos, precisa persuadir seu público quanto à aquisição dos mesmos. Em qualquer área de atuação, relegar a importância da coerência na comunicação verbal e não-verbal é colocar em risco as possibilidades de sucesso.

Desenvolver o “dom da palavra” possibilita a uma pessoa influenciar indivíduos e grupos quanto às suas idéias e conceitos, seja na vida política, profissional ou pessoal.

Já na antiga Grécia, no século V a.C. os homens debatiam suas idéias em praças públicas chamadas *Ágoras*, exercitando suas técnicas de argumentação. A preocupação com o domínio da expressão verbal surgia então, não somente como meio de defender, mas de difundir as novas idéias filosóficas nos meios aristocráticos e possibilitar a prática da democracia.

Ao se dominar a arte de falar em público, tem-se a possibilidade de defender idéias, realizar discursos políticos, vender produtos, fazer apresentações de trabalhos acadêmicos, sair-se bem em um encontro de negócios, entrevistas de emprego ou até mesmo falar sobre um determinado assunto em encontros pessoais. Quando uma pessoa fala bem, de alguma forma ela provoca admiração nas outras. Não só pelo uso correto da linguagem, mas também pela exposição de seus conhecimentos e isto é fato inegável.

Tanto para quem está se iniciando na arte de falar em

público quanto para os “veteranos”, alguns elementos são fundamentais no desenvolvimento dessa habilidade, como veremos a seguir.

Estrutura racional da comunicação

1. Emissor

Pessoa que está emitindo a mensagem num determinado momento.

Fatores a serem considerados:

- **Motivação** – A apresentação pode ser feita para fornecer/obter informações, para convencer o grupo sobre uma nova idéia, para “vender” um serviço, para apresentar resultados, etc.
- **Credibilidade** – O grau de aceitação da mensagem será diretamente proporcional ao conhecimento do orador quanto ao assunto.
- **Desempenho** – Uso correto da expressão verbal e não verbal para comunicar-se com os outros.

2. Receptor

É a pessoa ou grupo de pessoas situadas na outra ponta da cadeia de comunicação que recebe a mensagem e a interpreta internamente, manifestando externamente essa interpretação. O receptor faz o caminho inverso, isto é, parte dos significantes até alcançar a intenção de significação. Por isso, o levantamento das características do público alvo deve incluir todas as tentativas de se obter o máximo de informações possíveis sobre ele: núme-

ro de pessoas presentes, sexo, idade, raça, profissão ou função na empresa, formação, nível de instrução, conhecimento sobre o assunto que será tratado, antecedentes relevantes e expectativas ou necessidades.

3. Mensagem

Elo entre o emissor e o receptor; objeto da comunicação; tradução de idéias, objetivos e intenções; a mensagem deve ser preparada em termos de:

- **Conteúdo:** Refere-se ao que será dito a respeito de um determinado assunto. O primeiro passo é definir o objetivo da apresentação; em seguida, tendo em mente as características do receptor e o tempo disponível, deve-se selecionar as idéias mais importantes que serão apresentadas, isto é, priorizar as idéias relevantes.
- **Estilo:** Está relacionado à maneira como será apresentado o conteúdo. O estilo poderá variar desde o mais informal até o mais formal. O orador poderá optar por utilizar uma linguagem coloquial (expressões populares), ou uma linguagem mais formal, dependendo do público, do local, da ocasião e do objetivo da apresentação.
- **Estrutura:** Diz respeito à organização da mensagem. Uma mensagem bem organizada apresenta todos os seus elementos ligados logicamente entre si. É importante dividir a apresentação em três partes: introdução (atraente e convidativa), um corpo (con-

ciso, claro e coerente) e uma conclusão (enfática e breve)

- **Código** - Conjunto de regras de combinação que geram compreensão. O emissor lança mão do código para elaborar sua mensagem, realizando a operação de codificação. O receptor identificará esse sistema de signos, fazendo a operação de decodificação, somente se o seu repertório for comum ao do emissor. Portanto, é importante que você analise bem o seu público alvo para ter certeza de que ele conhece o código utilizado.
- **Canal** - Via de circulação da mensagem; via escolhida pelo emissor, através da qual a mensagem circula. Quando se faz uma apresentação, a mensagem pode ser transmitida de diferentes formas, por exemplo: visual-gestos, movimentos do corpo, expressões faciais postura, tom de voz, variação de altura e intensidade vocal, manipulação de objetos. A comunicação ocorre, então, através dos órgãos dos sentidos: audição, visão, tato, olfato e paladar. A seleção inadequada do canal pode levar à ineficácia da comunicação. O emissor deve se perguntar: essa mensagem deve ser escrita? Ou devo comunicá-la pessoalmente? Ou ainda pelo telefone?
- **Feedback** - Sinais perceptíveis que permitem ao emissor conhecer o resultado de sua mensagem: se foi recebida ou não; se foi compreendida ou não. Funciona como intercâmbio entre emissor e receptor; faz

com que a comunicação torne-se um processo bilateral; inclui a reação do receptor à mensagem transmitida. Durante uma apresentação o orador poderá perguntar aos espectadores se estão compreendendo a mensagem. Poderá observar se as pessoas não estão reagindo como o esperado, isto é, estão inquietas, agitadas, distraídas, ou indiferentes. Ou então, observar se elas participam, sorriem, acompanham seu raciocínio com meneios de cabeça. É muito importante ficar atento aos sinais reguladores, e interpretá-los adequadamente para dar o melhor andamento possível à apresentação.

4. Ruído

Interferências no processo de comunicação, que resultem em distorção da mensagem. O ruído pode ser externo e de natureza física. Ou pode ser interno, tendo sua origem no receptor ou ainda no próprio emissor. A interferência externa pode se apresentar sob forma de um som: pessoas falando, tosse, riso, acústica, ventilação ou iluminação, barulho das cadeiras ou nos equipamentos, ruídos da sala ao lado, do corredor ou do trânsito. Algumas dessas interferências estão fora do controle do emissor e o máximo que se possa fazer é tentar adaptar-se a elas.

5. Contexto

Constituído pelo local e ocasião da apresentação, isto é, pelo ambiente físico e psicológico onde a comunicação

está ocorrendo. Sempre que possível, é importante conhecer o local da apresentação com antecedência. Dessa forma, algumas alterações que julgar necessárias, poderão ser eliminadas. Você poderá planejar sua movimentação na sala, a posição correta dos equipamentos, a utilização do microfone, etc.

Medos, bloqueios e barreiras

Bloqueios, barreiras, tensão, nervosismo vão sempre existir, seja para quem é iniciante ou para quem já tem experiência em falar em público. Não há como melhorar se não tivermos conhecimento destas barreiras.

Nosso maior adversário no processo de comunicação em público, somos nós mesmos. Comece por uma auto-avaliação. Quais são seus principais medos? Quais os motivos desses medos? O que fazer para eliminar? Quais os pontos positivos que possui e que podem ser explorados? O que você sente quando está diante de um público, uma câmera ou microfone? Que conhecimentos você deve explorar mais?

E quem disse que uma pessoa tímida e inibida não pode ser um bom orador? Timidez não tem nada a ver com falta de conhecimento. Se houve preparo quanto ao que se pretende expor, você já eliminou um obstáculo. Quando uma pessoa tímida é colocada em uma situação de exposição sobre algo, sua pulsação e seus nervos vibram quando supera o bloqueio e encontra o equilíbrio.

O relaxamento e a respiração são as armas que poderá usar para transformar a tensão negativa a seu favor, criando um estado de prontidão e concentração sobre o que vai falar. Aliás, o medo faz com que tenhamos cautela sobre nossas ações e isso é ponto positivo. A adrenali-

na e a pressão estimulam e nos mantêm alertas para pensar rápido e usar a voz com intensidade.

A arte de falar bem em público, para alguns, é considerada um dom. Entretanto, muitos que não possuem qualquer favorecimento da natureza, conseguem ultrapassar as barreiras e tornam-se excelentes oradores.

Não podemos esquecer que grandes líderes da humanidade foram grandes comunicadores. Jesus Cristo, o maior deles, através de suas ações e discursos arrebatou seguidores, manteve e mantém sua mensagem viva mesmo depois de dois mil anos. Mesmo utilizando-se do uso de suas habilidades para causar o sofrimento de muita gente, Adolf Hitler pela habilidade com usava o jogo de palavras, conquistou e convenceu multidões a segui-lo. Podemos ainda citar: Getúlio Vargas, Jânio Quadros, Fernando Collor de Mello e Gaspar Silveira considerado “o tribuno do Império”. São exemplos de homens que ocuparam cargos importantes e se destacaram pela capacidade de conquistar platéias. Mesmo com os modernos meios de comunicação, a oratória é um instrumento de extraordinária importância no processo de comunicação.

O medo de falar em público pode ser ocasionado por diversos fatores:

- Barreiras verbais e não-verbais;
- Ausência de conhecimento sobre determinados assuntos;
- Falta de habilidade e atitudes comportamentais;

- Medo de se expor ao ridículo;
- Auto-imagem negativa;
- Autocrítica e perfeccionismo em excesso;
- Experiências frustrantes;
- Não ter o hábito de falar publicamente.

Há casos em que a pessoa domina um determinado assunto e, no entanto, no momento de se expor, o corpo treme, o coração acelera, as mãos ficam geladas, dá vontade de correr. Algumas reações psicossomáticas se manifestam como dores de cabeça, incômodos intestinais, etc. Estas sensações são perfeitamente normais para quem não domina a arte de falar em público. Isto se dá pelo fato de todas as atenções estarem direcionadas para ela e pelo fato de estar sendo avaliada.

Identifique as principais barreiras e pontos fracos inibidores de falar em público como medo, vergonha, inibição, nervosismo, tensão, etc. A única forma de vencê-los é ter consciência e predisposição em enfrentá-los.

Diante de uma oportunidade para expor suas idéias sobre algo, seja em sala de aula, reuniões de negócios, encontros com amigos ou familiares, tente esquecer o medo e aproveite a situação como um desafio. É lógico que estes passos não são suficientes para tornar alguém um orador. A arte de falar em público envolve o desenvolvimento ou aperfeiçoamento de um conjunto de atitudes e comportamentos. Além dos instrumentos de preparação mencionados alguns outros fazem parte do

processo. Prepare-se o máximo possível, tanto emocionalmente quanto em termos de conhecimento.

Falar em público é uma forma de comunicação que apresenta algumas características:

- Pressupõe uma interação social/psicológica entre quem fala e quem ouve. Não é simplesmente uma troca de atos verbais ou informações.
- Está relacionada com o preenchimento de determinados “papéis sociais” (professor, executivo, amigo, pai, etc.).
- Acontece sob a influência de algumas condições psicológicas adversas como nervosismo, tensão, ansiedade, medo, etc.
- Envolve certo grau de imprevisibilidade e criatividade.
- Envolve uma linguagem basicamente oral, em oposição à linguagem escrita.

Para vencer o medo:

- Use a respiração como instrumento para o relaxamento;
- Por mais simples que seja o assunto, escreva o que deseja falar organizando em tópicos: introdução, desenvolvimento e conclusão.
- Divida o tempo em 15% para a introdução, 75% para o desenvolvimento e 10% para a conclusão;
- Inicie seu treinamento diante de um espelho;

- Escolha alguém do seu círculo de amizades e faça uma apresentação breve sobre um assunto que domina;
- Avalie de forma crítica como você se saiu, os pontos positivos e negativos (gestos, erros gramaticais, vícios de linguagem, etc.);
- Se tiver bastante coragem, peça também para o amigo (ou amigos) que assistiu à sua apresentação avaliar esses mesmos aspectos (gestos, erros gramaticais, vícios de linguagem, etc)
- Anote os erros e refaça tudo novamente... Errar faz parte do treinamento e do aperfeiçoamento;
- Enquanto ouvinte observe o comportamento e a reação dos outros ouvintes, diante do que está sendo falado;
- Observe e anote os pontos positivos e os erros do orador;
- Ao se apresentar, evite pensar em erros que possivelmente nem acontecerão e, se acontecerem, use-os como degrau para seu crescimento;
- Concentre-se no momento presente, no assunto, no ambiente e nas pessoas;
- Prepare-se com antecedência sobre o que vai falar;
- Sempre pense antes de falar;
- Acredite no que vai falar, isto ajuda a gerar confiança no público;
- Antes de uma apresentação, respire fundo, relaxe e acredite: você está preparado!

Exercício de relaxamento

Um exercício simples para melhorar a respiração é ficar de pé com as pernas entreabertas em uma postura que o peso do corpo fique distribuído proporcionalmente nas duas pernas. Coloque as mãos na cintura e encha os pulmões de ar lentamente, em seguida solte o ar lentamente com a boca entreaberta, repita o exercício varias vezes ate sentir-se relaxado. Este é um bom exercício antes de iniciar uma apresentação.

Instrumentos de Preparação para a Comunicação

Toda atividade a ser desenvolvida por uma pessoa, necessita previamente de uma preparação, seja conscientemente planejada ou involuntária. Não podemos simplesmente, entrar em um veículo e sair dirigindo sem antes o conhecimento sobre como “dirigir”.

Da mesma forma, falar bem requer uma preparação. Podemos identificar três aspectos essenciais a essa preparação: autoconfiança, conhecimento e atitudes especiais.

1. Autoconfiança

Desenvolver a autoconfiança é você acreditar que é capaz, aprendendo a pensar positivamente, afastando as imagens negativas do tipo: “não vou conseguir”, “não sou capaz”, “as pessoas vão rir de mim”. Ou, pior que isso: ficar preso em possibilidades remotas de erros que poderão não acontecer.

O fato de acreditar que é capaz ajuda o orador a eliminar as barreiras da comunicação. Expor-se publicamente para falar é uma das situações que mais gera tensão e ansiedade na maioria das pessoas. Platéia, microfone ou holofote causam uma liberação de adrenalina gerando medo, tensão, nervosismo, timidez, mãos geladas, suor

frio, vontade de correr. Se você se encaixa neste perfil, fique tranquilo, você não é único.

Para melhorar a auto-estima, não basta simplesmente compreender os processos internos e externos que bloqueiam a autoconfiança, é preciso iniciativa para superar a timidez e as inibições.

Pontos e sugestões para tornar o processo de comunicação eficiente:

- Ter convicção de que as mudanças são possíveis e necessárias;
- Concentrar-se apenas nos pensamentos positivos;
- Aceitar novos desafios;
- Saber que a coragem nada mais é que o medo bem dosado;
- Amenizar o medo, sendo que a melhor forma de fazê-lo é entender suas origens, compreender as suas causas e enfrentá-las;
- Permitir-se errar, considerar os erros como parte do aprendizado;
- Aprender a ouvir;
- Descobrir e ampliar suas qualidades;
- Desenvolver suas habilidades verbais e não-verbais.

2. Conhecimento

O segundo passo para quem deseja comunicar-se melhor é abastecer-se de informações. Não de maneira exagerada, pois o excesso também pode ser prejudicial, principalmente se não for devidamente ordenado.

Logo, quando for abordado para falar sobre algo, elabore algumas perguntas ao solicitante como, por exemplo: o que será abordado; qual o objetivo do assunto ou da entrevista, se for o caso; quem será o público-alvo; de quanto tempo você dispõe, etc. Estas perguntas vão auxiliar na organização das idéias antes da explanação.

Para discorrer sobre um determinado assunto, é importante pesquisar e conhecer sobre o que se deseja falar. A autoconfiança se desenvolve com mais facilidade para quem detém o conhecimento sobre o assunto. Como dizia Catão, *“domine o assunto e as palavras brotarão por si mesmas”*.

Se você é um executivo, advogado, empresário, profissional liberal, estudante ou político procure ler sobre sua área de atuação, seus negócios, as tendências de mercado, os aspectos econômicos e sociais, para não ser pego de surpresa pelas equipes de comunicação. Isto quer dizer atualização constante, como conversa com outros profissionais; visita a empresas concorrentes; participação em cursos, seminários, etc; leitura de revistas, livros, jornais e troca de informações com outras pessoas da mesma área de interesse.

A leitura dos diversos tipos de matérias servirá não somente para atualizar o banco de dados mental, mas também para familiarizar o leitor com os diversos tipos de palavras e frases.

Contudo, para falar bem não basta apenas conhecer

o assunto em questão. É preciso uma verificação do uso correto da linguagem, utilizando de forma eficiente os recursos da gramática. A leitura em voz alta, por exemplo, além de servir para outros fins que iremos abordar posteriormente, é um excelente exercício para correções na pronúncia das palavras.

Em alguns casos há a necessidade de se recorrer ao estudo das regras gramaticais, não necessariamente ter que voltar às origens do banco escolar, mas conhecer o suficiente para evitar erros constantes durante conversas ou mesmo apresentações.

Quando cito **conhecimento**, me refiro também ao autoconhecimento, que envolve uma avaliação prévia dos pontos fortes e fracos. O autoconhecimento vai ajudá-lo em primeira mão a traçar e a definir o que quer e aonde quer chegar.

Fique atento a determinadas expressões e palavras mencionadas por outras pessoas com boa formação cultural. O importante não é somente conhecer novas palavras, mas utilizá-las no dia-a-dia como parte do vocabulário. Ao ouvir ou ler uma palavra nova, anote-a, veja o significado em dicionários, monte algumas frases que a inclua e quando diante de uma oportunidade use-a, seja escrevendo ou falando. Com o treino você se acostuma-rá com o novo termo. Faça leitura em voz alta, assim você ouve a pronúncia das palavras e melhora sua dicção.

Não basta somente ter consciência dos pontos for-

tes, é preciso também saber quais suas fraquezas, aquilo em que precisa melhorar. Algumas pessoas deixam transparecer suas fraquezas através de comportamentos, ações e palavras que simplesmente escapam e as colocam em situações embaraçosas e constrangedoras.

Outras ficam prisioneiras de suas próprias imperfeições, criando um campo de defesa que as impede de alcançar o sucesso pela simples perda de oportunidades. O problema é que o casulo criado não resiste por muito tempo e, em determinados momentos, fendas começam a surgir, deixando transparecer os medos e temores. Para que isso não ocorra, identifique seus pontos fracos, veja quais aspectos deve melhorar, conheça seus limites, defina e estabeleça os pontos a serem eliminados em grau de prioridade.¹

3. Atitudes

São as ações que um indivíduo deve fazer em busca dos conhecimentos e aprimoramento de suas **habilidades** para o processo de comunicação. A palavra **habilidade** é definida como: “destreza, conhecimento técnico que um indivíduo possui ou desenvolve em alguma atividade”. Assim como em algumas atividades laborais, a comunicação também requer algumas atitudes e as habilidades inerentes a elas.

Sem dúvida que o falar bem impressiona, mas exige

¹ SANTOS, Vilson. **Marketing Pessoal. Atitudes e comportamentos na construção da marca pessoal**. Imperatriz: Ética, 2007.

preparo, desenvolvimento e aperfeiçoamento de atitudes pessoais como, por exemplo, o controle do nervosismo, dos movimentos do corpo, das expressões faciais, da postura, do tom de voz, da variação de altura e intensidade vocal, da manipulação de objetos, dentre outros.

Dentre as atitudes recomendadas, podemos destacar o ato de escrever o que vai se falar e o treinamento.

Escrever o que vai falar: Este exercício é para quem tem um discurso, uma apresentação sobre negócios, trabalhos do colégio, faculdade ou uma entrevista futura. O ato de escrever o que se vai falar não deve, prioritariamente, seguir uma regra padronizada. O correto é escrever aleatoriamente o que vem à cabeça sobre o assunto, só depois fazer uma lapidação. Ordene o que escreveu de forma que as partes se integrem ao todo. O discurso deve ter início, meio e fim. Não esqueça que o diamante leva anos sendo lapidado pela natureza para sair do estado de carvão até se tornar uma das jóias mais desejadas do mundo.

Exercício 1

Escolha um filme que você assistiu, pegue caneta e papel e faça um resumo da seguinte forma: Qual o título? Qual o tema ou assunto abordado? Em que se baseia o drama ou história? O que mais lhe chamou a atenção? Quais as cenas mais interessantes? Qual era a trilha musical? Como foi o final?

Exercício 2

Ao participar de palestras, seminários ou conferências questione-se. O que você achou do assunto, qual sua opinião sobre o que ouviu? Se tivesse que falar, o que falaria? Se estivesse no lugar do apresentador como se comportaria? Transcreva tudo para o papel seguindo o roteiro do exercício anterior.

Exercício 3

Escolha um assunto que domina ou tem conhecimento e faça um roteiro como se fosse falar para um pequeno grupo de pessoas. Planeje o roteiro levando em conta o objetivo da apresentação se será informar, persuadir ou lembrar as pessoas. Qual o assunto? Quanto tempo durará a apresentação? Redija uma breve introdução, Faça o desenvolvimento com argumentos e dados convincentes, tipo lugares, datas, testemunhos, etc. Conclua com seu ponto de vista, sobre o que você acha fazendo uma reflexão sobre o assunto.

Treinamento: A repetição leva a retenção. Não é à-toa que os atletas passam de oito a doze horas por dia em processo de treinamento para melhorar seu desempenho. Após a organização do texto a ser apresentado, leia uma vez em voz alta sem interrupção. Em seguida leia novamente de forma compassada, analisando cada parágrafo. O ato

de ler em voz alta proporciona ao orador ouvir sua própria voz e a forma como pronuncia as palavras.

Repita a leitura fazendo perguntas a si mesmo sobre os principais pontos ou passagens, por exemplo: “o que é isto”, “qual a importância”, “para que serve”, “como pode ser utilizado”. Não tente decorar. O ato de decorar faz com que a apresentação pareça robotizada e, o pior, se alguma pergunta for feita ou algo sair da seqüência, normalmente as pessoas ficam perdidas. O importante é compreender o assunto.

Use o espelho como parceiro para treinar sua apresentação. No início pode parecer loucura, mas não se preocupe você não é o único louco nessa área. Outra opção é pedir ajuda a um membro da família ou amigo que esteja disposto a lhe ouvir.

Na antiga Grécia, Péricles tornou-se imortal e todo seu poder era o dom da palavra.

Outro exemplo clássico de persistência e treinamento foi o de Demóstenes que, ao ser ridicularizado em praça pública por seus adversários quanto à sua oratória, resolveu dedicar-se ao treinamento. Demóstenes era gago e tinha uma voz fraca. Através de muita dedicação e treinamento tornou-se um exímio orador e dominou essa arte no império grego por quatro décadas.

Dentre os itens mencionados quanto às técnicas, está o ato de planejar e avaliar as ações no que diz respeito a comportamentos que devem ser incrementados no dia-

a-dia de quem pretende iniciar ou melhorar a comunicação em público.

Exercício 1 - Temas objetivos

Escolha títulos de reportagens de jornais, revistas ou temas de destaque em noticiários de TV. Escreva um título por vez e faça uma breve dissertação sobre o tema. Não fique pensando sobre o que vai escrever, apenas transcreva o que vier a mente. Não gaste mais que cinco minutos em cada dissertação. Ao concluir, e leia e avalie comparando com o que está escrito no jornal ou revista.

Exercício 2 – Experiências pessoais

Outro exercício eficiente é relatar experiências pessoais e profissionais de sua vida. Faça como se estivesse escrevendo um diário pessoal. Não se policie quanto à forma, escreva o que espontaneamente lhe ocorrer à memória de forma natural. Após este procedimento, leia e avalie novamente o que foi escrito.

Após estes dois exercícios, compare o que escreveu sobre temas objetivos com os relatos de experiência pessoal. Geralmente as dissertações sobre temas objetivos apresentam uma característica mais seca, enquanto os relatos pessoais possuem característica mais expressiva.

Agora tente reescrever a dissertação sobre uma matéria objetiva de forma que ganhe mais expressividade. Não se trata de transformá-la em um relato pessoal, mas

de aumentar o vigor das impressões. Depois leia em voz alta as duas versões da dissertação e avalie as mudanças.

Quem já não sentiu um constrangimento em reuniões, discussões, debates em sala de aula, eventos festivos por não saber responder pronta e espirituosamente a uma pergunta? Ter uma resposta na “ponta da língua” não é nenhum “DOM” ou talento inato; é uma habilidade que pode perfeitamente ser adquirida. A condição básica é possuir conhecimento e um bom vocabulário flexível e extenso. Ambos podem ser adquiridos com tempo e treinamento, coisa que não se herda da família.

Exercício 3 – Desenvolvimento da criatividade

Este exercício tem como objetivo ajudar no desenvolvimento da capacidade de correlacionar coisas que não tenham, aparentemente, nenhuma relação entre si. A tarefa é criar relações que façam sentido. *Escolha duas palavras da mesma coluna, ou uma palavra de cada coluna e crie situações ou histórias que se correlacionem.*

HOTEL
PAPEL
INCÊNDIO
ABORTO
FLORESTA
ESTRADA
CASA

PERFUME
AMOR
NUVEM
NAVIO
CASAMENTO
PAISAGEM
LADRÃO

O importante para a eficiência do exercício é que você não fique refletindo muito tempo, mas que tente improvisar rapidamente. Não se preocupe se as conexões não ficarem óbvias, o interessante é que as idéias fujam dos padrões pré-estabelecidos. Quebre os paradigmas.

Este jogo pode se tornar um passatempo divertido se jogado em companhia de outros amigos. Assim, além de avaliar sua própria capacidade de criatividade, tem-se a oportunidade de observar a maneira como os outros pensam e resolvem os problemas.

Exercício 4 – Desenvolvimento da fluência

Ligue o televisor em um jogo de futebol ou outro evento esportivo. Desligue o volume e tente narrar o evento. Não importa se desconhece os times, jogadores ou as regras do jogo. Invente nomes e relate o que se passa no campo ou quadra sem refletir muito, sem entediar, sem exagerar. Faça de forma realística com vivacidade e entusiasmo na voz.

Este exercício pode ser praticado como forma de exercitar a capacidade de desenvolver a comunicação verbal e transformar reflexões rápidas em frases fluentes. Além de ser excelente para quem é tímido. Neste caso, certifique-se de estar sozinho no ambiente para não ser atrapalhado e nem parecer louco. Se tiver coragem suficiente, convide alguém da família ou um amigo para observar seu desempenho, sua capacidade de exposição,

se as formulações são coerentes ou desajeitadas e avalie o que ainda tem que aprender.

Para quem não gosta de futebol ou esportes, pode ser escolhido temas voltados à economia, política, educação ou outros temas.

Itens importantes no plano de desenvolvimento pessoal

- Utilize os instrumentos de preparação;
- Saia da acomodação e enfrente os desafios. Quem deseja melhorar a comunicação, deve ter a consciência sobre a necessidade de algumas mudanças de atitudes e comportamentos;
- Frequentemente faça uma análise de seu desempenho e objetivos, avaliando tempo, estratégias e que tipo de ajuda vai precisar;
- Não queira dar um passo além de sua capacidade, estabeleça metas que sejam alcançáveis;
- Defina prazos para iniciar seu processo de melhoria na arte de falar em público, crie um cronograma e tente segui-lo;
- Pratique a leitura em voz alta sobre diversos assuntos, isso ajudará a corrigir erros gramaticais e ampliar o vocabulário;
- Nem todas as pessoas têm voz de locutor, aprenda a gostar da sua. Se necessário, consulte um fonoaudiólogo para uma avaliação de sua voz;
- Se você se acha uma pessoa tímida, participe de cursos de liderança e relações interpessoais;

- Quando em conversas em grupos, pratique a arte de ouvir e observar o comportamento das pessoas, a maneira como falam, o que falam, a forma como gesticulam, etc.;
- Observe outras pessoas falando em público e avalie os pontos positivos;
- Avalie seu desempenho constantemente;
- Não existe uma regra rígida para falar em público, desenvolva seu método pessoal, sem esquecer algumas regras comportamentais.

Apresentação de trabalhos acadêmicos

O medo de se expor publicamente é algo presente em nossas vidas. Já abordamos os vários motivos que fazem com que nos resguardamos de tal atitude, tais como o perfeccionismo, nervosismo, auto-imagem negativa, excesso de autocritica, dificuldade de pronunciar certas palavras, sensação de ridículo, apresentações anteriores frustrantes, medo da responsabilidade proveniente do insucesso, falta de treino, etc.

Independente do que esteja cursando, há momentos em que é necessário fazer apresentações orais de trabalhos em sala de aula. Além de ser importante para a avaliação do aluno, esta atividade é uma oportunidade para desenvolver a comunicação. Competência esta que poderá ser sempre requisitada na vida profissional.

Em minha experiência docente tenho observado a dificuldade que alguns acadêmicos (a maioria, diga-se de passagem) tem, para fazer apresentação de trabalhos em sala de aula. Outros nem sequer ousam falar ou responder a uma questão oral no cotidiano das aulas.

Para quem deseja ultrapassar esta barreira, a atenção ao que está sendo explanado em aula é imprescindível. Outro ponto importante é o grau de conhecimento já que, não se pode falar sobre algo de que não se tem, pelo menos, o conhecimento empírico.

A primeira coisa que se deve ter consciência, é que em uma sala de aula, todos estão no mesmo nível, pelo menos quanto à matéria ou curso, caso contrário não estariam ali. O ambiente acadêmico é um laboratório de aprendizagem e aperfeiçoamento. Por isso, o estudante, seja ele de qualquer nível acadêmico, pode e deve errar. Esse processo faz parte do aprendizado. A academia escolar é o ambiente de preparação do indivíduo para o mercado de trabalho. Este sim, não costuma perdoar quaisquer erros.

De acordo com alguns professores que participaram desta pesquisa, o maior problema das apresentações de trabalhos acadêmicos é a falta de domínio e conhecimento sobre o assunto. Independente das atividades de sua vida profissional, o aluno é sempre aluno e tem a responsabilidade de cumprir com as tarefas acadêmicas, dentre elas:

- Freqüentar as aulas e atividades acadêmicas, aplicando a máxima diligência no seu aproveitamento;
- Pesquisar e estudar os conteúdos ministrados e propostos;
- Observar e cumprir o regimento escolar e disciplinar de acordo com os princípios éticos condizentes com os princípios que norteiam a Instituição;
- Participar de programas e atividades de iniciação à pesquisa e de extensão;
- Zelar pelo nome e imagem da Instituição, tanto no

- âmbito acadêmico quanto no externo, afinal o diploma de conclusão terá a marca dessa Instituição;
- Relacionar-se com educação e urbanidade com os colegas, docentes, diretores e demais funcionários da Instituição, isto faz parte da construção da marca pessoal.

No planejamento de um assunto a ser explanado em sala de aula, faça um resumo do que será exposto planejando e organizando as idéias. Se o tema for escolhido pelo professor, não há interferência sua na decisão e as opções serão mais limitadas. A melhor alternativa é aproximar o assunto, por semelhanças, contrastes ou comparações, com os conteúdos que você tenha conhecimento.

De acordo com *Reinaldo Polito*, o trabalho poderá ser organizado com o auxílio de técnicas como ordenação no tempo, ordenação no espaço e soluções de problemas.

Ordenação no tempo – Este método, como é fácil deduzir, mostra como as informações se apresentaram no passado, como se manifestam no presente e como se comportarão no futuro.

Ordenação no espaço – O recurso da ordenação no espaço é muito útil porque, além de permitir a divisão do assunto, possibilita também o aproveitamento das circunstâncias que cercam o local mencionado. Você poderia usar, por exemplo, práticas religiosas, costumes sociais, atividades políticas etc. Esse mesmo aproveitamento

das circunstâncias também poderá ser usado na técnica da ordenação no tempo, analisada acima.

Soluções de problemas – Para planejar uma boa apresentação, você poderá identificar quais os problemas que seriam solucionados com a abordagem dada ao assunto e comentar em seguida as conseqüências dessa solução. A seguir, um breve roteiro para o caso de apresentações acadêmicas.

- Qual o assunto a ser exposto?
- Qual o objetivo do trabalho ou do tema?
- Quanto tempo está disponível para a apresentação?
- Quais os aspectos mais relevantes do assunto?
- Quais os recursos que irá utilizar? Independente da utilização de recursos audiovisuais faça um esquema-guia em fichas brancas de 23 x 15 cm todas enumeradas;
- Use as fichas somente de um lado, com letras grandes e destaque o que deve ser reforçado;
- Procure não fazer das fichas uma obra de arte poluindo-as com excesso de informações;
- As fichas devem servir como um guia e não uma apostila, de forma que você possa olhar e reconhecer o assunto, sem se perder. Para isso, use em forma de tópicos;
- Revise várias vezes o esquema-guia para se familiarizar com o texto e o manuseio das fichas;

- Ao manusear as fichas, mantenha o dedo polegar indicando o próximo item, assim, não perderá a sequência;
- Lembre-se, a ficha não deve funcionar como “cola”, mas como um mapa, para dar mais segurança e tranquilidade na apresentação.

Para evitar surpresas inconvenientes quanto ao uso dos aparelhos eletrônicos, o correto é verificar, **previamente**, se o arquivo que contém os *slides* está abrindo, se é compatível com o programa do computador disponível. Importante: grave o arquivo em um CD extra ou em dois *pen drives*, elabore um roteiro dos pontos a mencionar em fichas e imprima transparências com tópicos que considere mais relevantes para a apresentação. Em outras palavras, tenha sempre um segundo e terceiro plano.

Apresentações de trabalhos em grupo – Comportamentos

É importante ressaltar que, os trabalhos aplicados em grupos são, principalmente, para avaliar o grau de comprometimento entre os acadêmicos, fazê-los interagirem e desenvolver a capacidade de trabalhar em equipe.

Os assuntos podem ser divididos entre os componentes para efeito de organização, coleta de dados, pesquisa e até mesmo da apresentação. Isso não quer dizer que no ato da defesa ou das arguições a responsabilidade não seja de todos. No entanto, **todos os componentes da equipe têm que conhecer, ao final, todo o conteúdo do trabalho.** Afinal, a apresentação não pode ser prejudicada em detrimento da ausência de um membro do grupo. Do mesmo modo que um questionamento não deve ficar restrito a quem discorreu sobre o assunto. Trabalho em equipe é trabalho em equipe.

O fato de estar sendo avaliado não é confortável para ninguém. E na sala de aula, cada grupo quer se sair melhor que o outro, provar que é o melhor da sala.

As apresentações de trabalhos em grupo, mais se assemelham a um fuzilamento... Todos de pé em frente ao “pelotão”, uns com os pés sujando a parede da sala, alguns cochichando entre si, outros imersos em seus assuntos esperando “sua vez” de falar a “sua parte”, en-

quanto o coitado (a) da vez é jogado aos leões. Para os inexperientes, os tímidos ou mesmos os que têm pavor de apresentações em público, este momento é um terror.

Particularmente, acho mais interessante colocar as cadeiras em círculo, estilo arena romana, este modelo deixa os alunos que têm dificuldades de se expressar menos apreensivos.

No entanto, quando a situação requer ir para frente mesmo, alguns pontos devem ser observados: Evite ficar com pé na parede, esteja atento ao assunto que está sendo explanado pelo colega, veja o que pode ser extraído para enriquecer a sua fala. Quem está apresentado deve ficar um passo à frente dos demais e ao concluir seu conteúdo, evite o vício que a maioria tem tipo, “agora fulano vai falar sobre...” volte ao grupo sem conversas paralelas em respeito ao colega e aos demais presentes. Para quem vai dar continuidade à apresentação, em momento algum deve usar expressões do tipo: “pegando o gancho do fulano”, ou então: “agora vou falar sobre tal assunto”, ou pior: “na minha parte...”

O roteiro do conteúdo, a metodologia utilizada, os pontos positivos e negativos da pesquisa, os nomes dos componentes da equipe (na ordem em que irão se apresentar), deve ser feito no início da apresentação por um dos integrantes.

Inicie a apresentação com uma pergunta que instigue os espectadores a refletir sobre o assunto. Pergunta essa que possa ser respondida por você ou um dos membros

do grupo, lógico. Destaque a importância do tema ou assunto em questão e tente relacionar o tema com o passado, presente e futuro ou se possível com algum fato histórico. Mesmo durante a explanação lance perguntas a ser respondidas durante a sua apresentação, esta técnica vai manter o público e o professor atento, além de demonstrar conhecimento e domínio do conteúdo.

Durante a exposição o acadêmico deve manter o foco no roteiro estabelecido sem perder o controle do tempo cronológico. A exposição de um determinado assunto requer, além de bons exemplos como forma de contextualização, uma harmonia entre o pensar, falar e gesticular.

O ideal é fazer uma rápida introdução explanando sobre a importância do que será apresentado. Enriqueça sua apresentação contextualizando e exemplificando, e se possível, fazendo um paralelo com fatos e acontecimentos que prendam a atenção dos ouvintes. No que diz respeito à apresentação como um todo, procure dividir o espaço do tempo em uma média de 15% para a introdução, 75% para o desenvolvimento e 10% para a conclusão. Lembrando de ser breve na conclusão, afinal, o assunto já foi detalhado no desenvolvimento.

Nunca tente apresentar um trabalho sem o conhecimento prévio para não correr o risco de prejudicar você e sua equipe em caso de trabalho em grupo. Tentar responder a uma pergunta ou falar de algo que desconhece em sala de aula é compreensível, aceitável e necessário para o desenvolvimento do conhecimento acadêmico, mas em se tratando de avaliações, esteja preparado.

Ao apresentar um trabalho acadêmico, lembre-se de que você e sua equipe serão avaliados principalmente pelo grau de conhecimento, domínio do conteúdo, criatividade na forma de apresentação, uso do tempo disponível, os métodos utilizados na coleta dos dados, organização e integração do grupo, capacidade de trabalhar em equipe, capacidade de análise crítica sobre o tema proposto, etc. E não pela eloquência das palavras, beleza das roupas, ornamentos ou quantidade de *slides*. Durante a apresentação, procure demonstrar conhecimento sem “estrelismo”, apresentando os dados e os raciocínios com coerência e sensatez.

Alguns cuidados, além dos já mencionados, são importantes para uma apresentação eficiente. Sua voz deve ser ouvida por todos da sala. Para isso, alterne o volume da voz e a velocidade da fala para manter um ritmo audível; transmita simpatia ao falar e procure olhar para todos os presentes da sala, mesmo em caso de defesa de monografia que seja aberta ao público. Mantenha postura e voz os mais naturais possíveis

Para quem conhece o assunto, a temática, soube fazer uma análise do diagnóstico obtido através da pesquisa e preparou com cautela sua apresentação, tem a oportunidade de mostrar os conhecimentos adquiridos e expor suas idéias. Todo este trabalho demonstra o domínio e grau de conhecimento que o acadêmico detém a respeito do que pesquisou.

No final, ao se deparar com as arguições feitas pelo

professor (ou banca avaliadora) ou colegas de sala, o acadêmico deve concentrar-se nas questões, procurando agrupá-las logicamente para simplificar as respostas, não desconsiderando a clareza e objetividade. De forma alguma deve o aluno interpretar as observações, críticas ou sugestões como algo pessoal. Deve sim, justificar suas escolhas, explicar pontos duvidosos ou omissos na apresentação, defendendo sua posição diante do que foi apresentado. Aceitar as críticas e opiniões contrárias faz parte do crescimento e desenvolvimento pessoal e profissional.

No caso da apresentação e defesa não ter sido uma das melhores, em hipótese alguma tente justificar os motivos dos erros ou das falhas jogando culpa em equipamentos, pessoas ou fenômenos naturais, isto, é confirmar ao professor e aos colegas que sua equipe não foi competente suficiente para tal tarefa.

Ao concluir sua apresentação fale da sua satisfação em ter pesquisado sobre o assunto, e pelo grau de importância do mesmo, incentive os colegas a se aprofundarem sobre a matéria. E como manda as boas regras da educação urbana, agradeça ao professor pela oportunidade de expor tal conteúdo e a atenção dos ouvintes.

O uso de recursos audiovisuais na sala de aula

Sem dúvida que a utilização de recursos didáticos como *slides* em *Power Point* ou retroprojetor são de grande valia na apresentação pessoal. A tecnologia deve ser utilizada como uma ferramenta facilitadora em qualquer

atividade laboral. No entanto, não podemos nos tornar totalmente dependentes dela. Tenho observado que atualmente, há uma supervalorização, não só por discentes, mas também por docentes, do uso destes recursos. Alunos e professores tornando-se escravos da tecnologia.

O recurso conhecido *data-show* (projetor multimídia) está sendo utilizado por muitos acadêmicos, apenas como instrumento para leitura integral na apresentação de trabalhos acadêmicos, do tema à conclusão.

Apresentar um trabalho acadêmico fazendo apenas a leitura do que está escrito nos *slides*, não demonstra a capacidade nem o grau de conhecimento por parte de quem apresenta. Dessa forma, qualquer indivíduo alfabetizado, mesmo sem conhecer o assunto, poderá estar apto a apresentar um trabalho acadêmico. Não se trata de eliminar a utilização do *data-show*, mas compreender que este é apenas uma **ferramenta** para facilitar a apresentação de seu conhecimento.

A preocupação quanto à defesa de trabalhos acadêmicos tem girado em torno da utilização cada vez maior de *slides* com excessos de efeitos visuais, assim como, com a preocupação com a embalagem pessoal (roupa). Particularmente defendo a idéia de que a embalagem é o vendedor silencioso de qualquer produto. No meu livro *Marketing Pessoal - Atitudes e comportamentos na construção da marca pessoal* (2007), afirmo que uma boa apresentação conta muito, mas não é o suficiente. Nesse aspecto, roupas e acessórios adequados podem fazer toda a diferença. Veja no próximo capítulo.

Apresentações em público

PREPARAÇÃO DO TERRENO

Definir o tema e objetivo da palestra – Deve-se definir o que será explanado e, principalmente, o objetivo dos temas abordados. Parte do planejamento do conteúdo é feito após o conhecimento prévio dos verdadeiros objetivos da palestra. Estes podem ser: informar, persuadir, motivar, promover-se.....

Perfil e quantidade do público-alvo – O conhecimento do perfil do público (sexo, idade, nível sociocultural, raça) é essencial, assim como a quantidade de pessoas esperada. É importante investigar quais as expectativas do público quanto aos temas abordados, a realidade do seu ambiente, o grau de conhecimento e o quanto estão motivados sobre o assunto. Outro ponto fundamental é procurar saber se haverá a presença de alguma autoridade ou celebridade.

Duração – O planejamento da apresentação depende também do conhecimento do tempo disponível para a explanação. Deve ser verificado se haverá tempo para questionamentos por parte do público e como serão feitas as perguntas, se diretamente ou através de anotações direcionadas ao palestrante ou, ainda, através de um mediador.

Tamanho do espaço físico – O conhecimento do tamanho do local permite uma preparação quanto à necessidade dos recursos necessários, do uso da voz, da movimentação física durante a palestra.

Recursos disponíveis – Uma boa apresentação pode ser incrementada com a utilização de alguns recursos audiovisuais. Saber da disponibilidade dos mesmos ajudará na montagem de uma apresentação à altura do evento. Em caso de preparação do material da apresentação em *slides* no *Power Point*, verifique se o programa do computador a ser utilizado é compatível com o seu. Grave seu arquivo em um CD ou *pen drive* em versões diferentes para evitar surpresas inesperadas. Além disso, é aconselhável fazer um roteiro em forma de tópicos em fichas ou material impresso, caso haja falha nos equipamentos eletrônicos. É necessário também saber também se há uma equipe ou uma pessoa de apoio para manusear os recursos.

Localização do evento

Quando se movimentam tropas, é essencial conhecer em primeiro lugar as condições do terreno. Conhecendo-se as distâncias, poder-se-ão elaborar planos diretos ou indiretos de ataque. A compreensão do local onde a batalha vai ser travada indicará onde se devem concentrar ou subdividir as forças. (Sun Tzu)

É necessário conhecer o terreno antecipadamente para evitar alguns constrangimentos. Caso não conheça

o local do evento, se possível, visite-o alguns dias antes da data marcada ou esteja no local, pelo menos, uma hora antes do horário marcado. Esse tempo é o mínimo necessário para fazer o reconhecimento da estrutura física, testar os recursos audiovisuais disponíveis e providenciar acertos de eventuais falhas. Caso não seja possível, pergunte e anote a maior quantidade de informações possíveis. Um bom orador é um verdadeiro artista, que se lança ao público para um trabalho de maestria. Portanto, é de sua responsabilidade conferir todos os elementos que de forma direta ou indireta terão reflexo na qualidade de sua apresentação.

Independente do ambiente em que você pretenda entrar e ser reconhecido, é essencial o conhecimento prévio; portanto, informe-se. É suicídio tentar entrar em certos ambientes sem o mínimo de conhecimento. É o mesmo que um soldado entrar num campo minado sem o conhecimento exato da localização das minas escondidas. Isto vale para os casos em que se pretende uma vaga de emprego.²

Início – Em hipótese alguma o palestrante deve se atrasar. Para isso o ideal é chegar pelo menos trinta minutos antes da apresentação, caso já conheça o local do evento, fazer o reconhecimento da área, testar microfones e os demais recursos, se houver. Uma vez feitos estes

² SANTOS, Vilson. **Marketing Pessoal. Atitudes e comportamentos na construção da marca pessoal.** Imperatriz: Ética, 2007.

procedimentos, recolha-se em um lugar isolado, tipo sala de espera, faça uma revisão do conteúdo e procure relaxar usando dos exercícios de respiração.

PLANEJAMENTO PESSOAL

Planejamento e desenvolvimento do conteúdo

Uma vez conhecido o público alvo o primeiro passo é a pesquisa e o estudo do conteúdo a ser explorado. Recomendamos dividir e organizar o conteúdo em três partes: Introdução, desenvolvimento e conclusão. Nessa fase, algumas questões podem servir de apoio ao planejamento:

- Que exemplos podem ser citados?
- Como será a comunicação verbal e não-verbal?
- Que elementos serão condizentes a expectativa do público e quais as possíveis reações?
- Como incrementar o processo de sinergia e promover um clima de interação total com a platéia?
- Quais as possíveis perguntas?

Planeje sua apresentação desenvolvendo um roteiro das etapas. Além do uso dos recursos visuais disponíveis, o ideal é fazer um roteiro com os principais pontos de forma ordenada em fichas brancas pautadas de 08 x 11 cm, escritas somente de um lado. As fichas devem ser enumeradas em seqüência para evitar que se percam no manuseio. Esta técnica serve como cópia de segurança, caso surja um contratempo com os equipamentos, mas é im-

portante que seja feita pelo próprio apresentador já que o fato de escrever ajuda a memorizar o conteúdo.

Por falar em memória, tentar memorizar tudo, do início ao fim, pode se transformar num verdadeiro desastre. Jamais um discurso deve ser decorado. A regra é válida tanto para a oratória forense, para a política, em discursos de negócios, na igreja ou, até mesmo em eventos informais. O que pode ser feito é escrever um roteiro em forma de tópicos e gravar mentalmente a sequência. As anotações devem servir como um guia sequencial. Ler o roteiro várias vezes e treinar como vai ser a apresentação, ajuda em relação à segurança e familiaridade com o assunto.

Se necessário, durante a apresentação, leia um tópico ou frase e faça seus comentários de forma ampliada sobre o assunto. Cada tópico pode ser lido sem problemas ou constrangimento após o esgotamento do conteúdo anterior. O ideal, para que não pareça que está lendo, é visualizar o próximo tópico antes de concluir o anterior. Em caso de leitura de um discurso mais longo, o ideal é fazer a leitura de forma intercalada com um olhar para a platéia a fim de recolher a impressão e aprovação do público sobre o conteúdo.

Cuidados com a embalagem

Vestir-se bem não significa necessariamente mostrar ostentação. No mundo corporativo e de projeção da imagem pessoal, a aparência é tão importante quanto a experiência e o conteúdo que vai ser apresentado. Os cuidados vão desde as roupas e acessórios até a maquiagem.

Uma boa imagem não é decisiva, mas ajuda no primeiro impacto a gerar credibilidade junto ao público. Alguns aspectos devem ser observados na composição da imagem visual nas apresentações em público, como: característica e tipo do evento, público-alvo, horário, duração, entre outros.

Para cada momento existem determinados códigos quanto à forma de se vestir. Conhecê-los ajuda a causar uma boa impressão na apresentação. O correto é procurar uma harmonia. Estar bem apresentável faz uma boa diferença, pois demonstra uma preocupação do orador com a imagem e a qualidade do que vai ser apresentado.

Lembre-se de que, ao se vestir, **você é que deve ser notado e não o que você usa**. O que pode ser bonito para você, pode não ser para o público. A elegância não está no excesso de acessórios, por exemplo, ou no brilho da roupa, e sim na adequação da roupa a cada ambiente ou situação. Dê prioridade à harmonia e ao equilíbrio das cores e acessórios, pois a boa comunicação não se resume somente em falar bem.

A embalagem pode ser definida como o envoltório de apresentação de um produto. O modo como você se apresenta, anda e se veste representa a sua embalagem. Antes de se lançar no mercado, faça uma avaliação de si mesmo, do cabelo ao sapato, e se pergunte se você se compraria pela embalagem que apresenta. Em se tratando de projeção de imagem no mercado, o melhor é buscar informação, seja junto a especialistas ou mediante leitura sobre o assunto. Prevalece o velho ditado: “O mundo trata melhor quem se veste bem”. Isso não quer dizer necessariamente ter que andar sempre em estilo “mauricinho” ou “patricinha”, como dizem por aí, mas sim estar adequado ao ambiente e à situação.³

1. Trajes femininos

Em apresentações formais, as roupas clássicas ainda são as melhores escolhas. *Tailleur* ou terninho em cores preferencialmente escuras com *escarpim* de salto médio. Em caso de saias, o comprimento não deve ultrapassar quatro dedos acima dos joelhos acompanhadas de meias cor da pele. Transparências, decotes, saias curtas, sandálias totalmente abertas devem ser evitados para apresentações em público. Se for o caso de uma apresentação informal, pode-se usar um jeans, preferencialmente os de cores escuras e sem rasgos.

³ SANTOS, Vilson. **Marketing Pessoal: atitudes e comportamentos na construção da marca pessoal**. Imperatriz: Ética, 2007.

Os acessórios (brincos, pulseiras, colares, cinto) devem seguir a mesma linha de discrição. Pulseiras e brincos, especialmente, se forem muito grandes ou “tilintantes” podem chamar mais atenção do público que a sua apresentação. Se usar bolsa, que seja média e discreta.

Quanto à maquiagem, o uso do batom, rímel e lápis são indispensáveis, mas se usar sombra nos olhos que seja de tons neutros, nada de parecer um arco-íris. Toda a maquiagem deve ser bem neutra. É bom lembrar que o pó deve ser usado para eliminar o brilho do rosto. Além destes itens, é importante o cuidado com as unhas, que devem estar bem feitas e, preferencialmente, coloridas com esmaltes claros. Unhas vermelhas, com desenhos modernos e brilhantes ficam para o dia-a-dia.

2. Trajes masculinos

Meias brancas com calças de outra cor? Nem pensar. A meia deve cobrir toda a panturrilha ao se sentar e a cor preferencialmente deve combinar com a cor dos sapatos ou das calças. A cor do cinto deve ser a mesma dos sapatos. Um bom orador é avaliado desde o sapato que usa, por isso, mantenha-os limpos e brilhando. Se o sapato for de cadarços, mantenha-os bem amarrados, inclusive para evitar tropeços.

Os ternos claros são usados de preferência durante o dia. À noite, é sempre bom vestir terno de cor escura com uma modelagem mais moderna e discreta deixando o ul-

timo botão aberto e os demais fechados. Se o terno for escuro, a camisa deve ser de cor clara. É permitida a mistura de cores nas peças, sempre com uma boa dose de harmonia para não parecer um comediante tipo “Falcão”. Na dúvida, é preferível os tradicionais ternos pretos, cinza-chumbo ou azul-marinho com gravatas discretas que combinem em cores e detalhes com a camisa e paletó sem nunca usar prendedores.

O simples fato de usar uma gravata não significa automaticamente que o orador esteja elegante. No uso da gravata, alguns cuidados são imprescindíveis: o colarinho deve estar abotoado, o nó deve ser ajustado no centro da gola e seu comprimento deve ser na altura da fivela do cinto, nem mais, nem menos.

Além destes, outros cuidados são igualmente importantes como unhas bem aparadas, cabelos alinhados, barba bem feita ou cerrada. O contrario, causa imagem de desleixo e desorganização do orador.

O traje semi-formal pode ser usado, mas com coerência e de acordo com o ambiente, público e evento.

Ao se participar de um evento em que exija o uso de terno este deverá ser mantido até o final. Tirar o paletó, arregaçar as mangas da camisa ou soltar a gravata são atitudes inadequadas à imagem do orador. Para evitar tais erros é importante conhecer previamente as condições climáticas do ambiente para a escolha da roupa mais apropriada.

Estrutura da apresentação em público

“É melhor permanecer em silêncio e deixar que pensem que você é tolo, do que falar e acabar com a dúvida”. – Abraham Lincoln.

1. Iniciando a apresentação

Se for o caso de saudar algumas pessoas, tipo mesa diretora, em geral deve-se iniciar pelas autoridades. O mais adequado e para evitar prolongamento nos cumprimentos, é escolher uma pessoa e em nome dela, saudar a todos os integrantes da mesa. Este procedimento evita, em caso de composição de mesa com muitos integrantes, esquecer o nome de alguém. Em se tratando de saudação a todos que compõem a mesa, é importante e indispensável prestar atenção na hora da formação da mesa e anotar os nomes e a seqüência para evitar, não somente esquecimento, como também trocar o nome de alguém.

Cuidado com as saudações e elogios em demasia a uma determinada pessoa. Uma saudação nestes moldes causa cansaço ao público, pode gerar sentimento de inferioridade e desprestígio nas demais pessoas e constrangimento ao próprio elogiado, além de correr o risco de atribuir qualidades a um indivíduo que não são verdadei-

ras para o público presente. Em eventos informais, orienta-se o uso de cumprimentos e saudações com mais simplicidade.

Cumprimente o público, caso não tenha sido apresentado pelo mestre de cerimônias, apresente-se de forma rápida primeiramente seu currículo e experiências e depois seu nome. Fale da satisfação em estar ali, do interesse pelo tema, destaque a importância do assunto e quais são as suas expectativas com relação ao que vai ser apresentado.

Como forma de quebrar o gelo e diminuir seu nervosismo, inicie com um fato histórico, uma parábola ou com perguntas que instigue e provoque a atenção da platéia. Não aconselho o uso de piadas, a não ser que você seja um comediante nato.

Relacione o assunto com o passado, presente e futuro ou mesmo com a situação do local, pessoas ou região de acordo com o tema. Pode-se ainda iniciar com a citação de uma frase de alguém respeitado, desde que esteja relacionado com o tema. O objetivo neste momento é provocar o interesse dos presentes. Lembre-se que uma boa introdução fará com que as pessoas prestem atenção ao recado a ser transmitido. Quando as pessoas vão assistir a uma palestra elas esperam o melhor de quem vai falar e querem gostar do que vão assistir.

O início de uma apresentação é um momento crucial devido à tensão do primeiro contato com o público. Nesta etapa o apresentador deve manter-se o mais calmo

possível, pois a platéia pode perceber o nervosismo e criar uma barreira quanto à competência do mesmo. Deve este, demonstrar simpatia e segurança.

Usar expressões do tipo “tentarei ser o mais breve possível” ou “em rápidas palavras” tende a animar o público que, em alguns casos, estão ali por obrigação ou têm compromissos posteriores inadiáveis. Em hipótese alguma o orador deve pedir desculpas por problemas pessoais, de saúde, por ter sido convidado de última hora para falar ou não ter tido tempo de se preparar, esta atitude colocará em risco a credibilidade da apresentação. Lembre-se, o público não quer saber de seus problemas pessoais.

Formas de cumprimentos iniciais para a platéia

A forma mais clássica e que evita erros, é a tradicional: “Senhoras e senhores”. Isto não implica necessariamente dizer que não se pode usar também outras formas de expressão como: “olá pessoal”, “caros amigos”, “excelentíssimos”, “caríssimos”. Tudo depende do ambiente e do público.

Tenho observado um costume de algumas pessoas que ao se dirigirem a uma platéia, utilizam a forma “boa noite a todos e a todas”.

Silveira Bueno no dicionário da língua portuguesa define a palavra “TODO” da seguinte forma: *“Complemento íntegro; que não deixa nada de fora; a que não falta parte alguma; conjunto de massa; generalidade; sinônimo de toda a gente; a humanidade”*.

Portanto, não há necessidade da redundância mencionando o adjetivo masculino e feminino. É erro gramatical mesmo.

2. Desenvolvimento da apresentação

O desenvolvimento da apresentação deve ser feito de forma clara e objetiva de modo que o orador se faça entender pelo público.

Este é o momento de expor a idéia principal do assunto em questão. É perfeitamente aceitável e necessário incluir no núcleo da apresentação algumas passagens históricas, fatos, datas, citações de personagens de respeito que evidenciem a comprovação do que esta sendo explicado tendo sempre o cuidado de deixar os pontos mais importantes para o final.

O conteúdo do que vai ser apresentado deve superar as expectativas de quem assiste. As pessoas prestam atenção se o assunto agrada ou se elas realmente precisarem do conteúdo, por isso, é importante a atualização e contextualização do tema com informações atualizadas.

A sintonia com o público se dá através do uso adequado da linguagem. Usar palavras difíceis, termos técnicos demais ou jargões desconhecidos tendem a gerar desmotivação. Mantenha uma boa dose de simplicidade na fala escolhendo as palavras e frases que sejam de fácil compreensão para a platéia.

Para isso, é necessário o conhecimento do perfil do público. O uso de uma linguagem clara e objetiva é resul-

tado de treinamento. Ser artificial ou forjar um personagem servirá somente dificultar o diálogo e a harmonia com o público. Portanto, seja você mesmo e fique alerta à reação da platéia. Se perceber que o público está inquieto ou desmotivado, faça uma pausa ou aplique alguma dinâmica que estimule a atenção novamente.

Alguns detalhes são importantes ao falar em público:

- Ao dirigir-se para o palco ou tribuna, deve-se evitar ficar remexendo papéis, arrumando a gravata e acessórios, fechando paletó. O bom orador já sobe à tribuna pronto.
- Jamais peça desculpas por estar resfriado, cansado, por não ser um bom orador, isso desestimula a platéia;
- Se pronunciar uma palavra errada, repita-a corretamente;
- Se errar uma data ou trocar um fato, peça desculpas e faça a correção devida;
- Se perceber que não foi compreendido em alguma frase, repita-a de forma mais clara;
- Caso não se lembre do tópico seguinte, tente se lembrar de palavras chaves ou consulte o roteiro. Neste caso, mesmo o improviso deve ser planejado.

E falando em improviso, este não exige uma fórmula secreta, pois o próprio nome já diz... Improviso.

Falar de improviso, não significa falar sem conhecer o

assunto. Se alguém se atreve a falar em público sem o mínimo de informações sobre o tema que irá transmitir, no mínimo, pode ser chamado de irresponsável.

Quem fala sem conhecimento do conteúdo a ser transmitido coloca em risco sua imagem e reputação. Assim, se for convidado para falar sobre algo que desconhece e não há tempo para estudar o assunto, o mais sensato é recusar o convite.

Da mesma forma, um dos erros mais graves que alguém pode cometer é o de se achar tão seguro e confiante ao ponto de negligenciar a preparação previa, passando a refletir sobre o assunto que irá expor apenas no momento em que já estiver prestes a entrar em cena. Por isso, de todos os recursos com os quais poderá contar para se sair bem numa apresentação os mais importantes serão sempre o preparo e o domínio do conteúdo.

Nesse ponto, algumas técnicas podem ajudar:

- Sempre que participar de um evento, desenvolva o hábito de pensar no que você diria sobre o assunto em questão ou o evento;
- Se alguém está falando, preste atenção para tirar proveito do que foi mencionado;
- Ao iniciar sua fala, use o próprio evento, os oradores anteriores, o auditório. Inicie sobre a importância do tema ou evento o que deu origem e o que se espera;
- Use a técnica de fazer uma breve análise do tema

com relação ao passado, presente e futuro. Como era? Como está sendo e o que se espera?

- No caso de ser chamado para falar sobre um assunto que não domina, pode-se usar a técnica do assunto paralelo seguindo alguns critérios como: Escolher um assunto paralelo que esteja relacionado com o requisitado, que seja conhecido e que desperte interesse pelo público;
- É importante lembrar que o ato de improvisar está nas palavras, mas a idéia central não deve ser improvisada;
- Ao falar de improviso, seja breve.

O discurso deve ser visto como um plano de viagem, em que se deve ter a consciência do destino: para onde quer ir, qual o tempo e os recursos disponíveis e os lugares por onde vai passar.

Uma boa apresentação evita objeções do público. Deve-se evitar ser prolixo (muito longo) e ficar recapitulando passagens anteriores da fala, principalmente se o tempo for curto. Caso seja perguntado ainda no desenvolvimento, você pode sem problema sugerir que as pessoas as façam no término da apresentação de forma direta ou por escrito.

Voz - A voz é conhecida como o espelho da personalidade que, associada aos gestos e expressões do corpo, compõem um excelente instrumento de comunicação. O tom em que falamos é a embalagem da palavra. É ele que

cria a atmosfera propicia ao entendimento, dele depende se o interlocutor nos ouve e se acredita no que é falado.

Os meios de eloquência na oratória podem, em algumas situações, ser condenáveis, pois, meias verdades, quando bem embaladas, facilmente serão tomadas como realidade. Por isso, a importância de não aceitarmos cegamente tudo que está sendo exposto somente pela beleza da eloquência.

Ainda quanto à voz, esta deve ser adaptada a cada situação e a mensagem que se pretende emitir. Em uma apresentação em público, identifique o momento que requer maior ou menor grau de intensidade e entonação da voz. Isso ajuda a manter o público atento e cria destaque em alguns pontos do assunto.

Deixar de ser ouvido devido ao baixo volume da voz não é bom. Entretanto, não faça como alguns políticos que ao discursar agem como se o microfone estivesse no volume mínimo ou pensam que o público é surdo e ao invés de falar, gritam causando irritação. Isso é pura negligência. Para evitar tal gafe, faça uma avaliação do ambiente, da acústica do som e da distância em que vão ficar os ouvintes. Lembrem-se as pessoas estão ali para ouvi-lo e não para serem agredidas sonoramente.

Você já esteve em alguma palestra em que a voz do apresentador é um verdadeiro sonífero? Tanto a lentidão como a rapidez em excesso pode ser prejudicial. O correto é equilibrar o tom de voz de acordo com o público e a situação. Este equilíbrio gera uma excelente comunica-

ção. Se você fala devagar aprenda a usar os recursos mais eficientes para tornar a fala mais lenta em um estilo positivo. Após as pausas prolongadas, inicie a frase seguinte falando com mais ênfase, energia e disposição. Cuidado, quem fala devagar demais acaba desenvolvendo o hábito de preencher as pausas com os *hããã*, *ééé*, e *iii*;

As pausas são importantes para dar ênfase no assunto exposto, levando o público à reflexão. Faça com que sua voz penetre na mente e no coração dos ouvintes, através de uma apresentação mais natural possível, pronunciando bem as palavras e adequando a intensidade da pronúncia a um vocabulário correto e apropriado. Ao falar, faça as pausas necessárias de forma que mantenha ar nos pulmões para a continuidade.

Exercício para melhorar a dicção

Pegue um lápis, coloque na boca e segure com os dentes sem forçar. Em voz alta, com o lápis preso pelos dentes, leia textos, reportagens, artigos ou livros de sua preferência. Pratique este exercício pelo menos dez minutos diariamente, em uma semana você já sentirá a diferença. Ler em voz alta faz você ouvir as palavras e o lápis preso aos dentes força você a pronunciar as palavras corretamente. Pronunciando bem as palavras, mesmo falando rápido, as pessoas compreenderão sua mensagem. Quem pronuncia bem o vocabulário transmite uma boa imagem ao público.

Gesticulação – O termo cinésica origina-se do grego *kinesis*. Significa “movimento” e designa o estudo do comportamento comunicativo do corpo humano. A cinésica possui componentes individuais e culturais, onde a linguagem corporal difere de indivíduo para indivíduo e de cultura para cultura.

Existem certos movimentos que não se diferem ou parecem ser comuns em alguns lugares do mundo, mas há outros que são particulares de um determinado local ou região.

O fluxo cinésico da interação social envolve movimentos da cabeça, piscar de olhos, movimentos de queixo e lábios, variação na posição do tórax e dos ombros, movimentos de braços, mãos, dedos, pernas e pés, etc. Todos esses movimentos podem ser analisados e percebidos considerando intensidade, amplitude e rapidez. Em situações de fala em público, cada uma dessas três variáveis apresenta uma interpretação:

Intensidade – está diretamente relacionada ao grau de contração realizada e indica o nível de tensão do emissor.

Amplitude - refere-se à extensão do movimento realizado e dá indícios sobre algumas características pessoais do emissor, como por exemplo: timidez (movimentos limitados), descontração (movimentos “normais”) ou excesso de desinibição (movimentos muito amplos).

Rapidez – tem relação com o tempo de realização de um gesto, indicando o nível de autocontrole do emissor. Por

exemplo: movimentos rápidos podem indicar nervosismo; movimentos lentos podem indicar despreparo e insegurança; movimentos equilibrados indicam segurança e domínio.

Os gestos e as expressões, assim como toda a movimentação do corpo serve para imprimir dinamismo, expressar sentimentos, facilitar a interação com o público, reforçar idéias e até mesmo substituir algumas palavras.

Algumas leituras sobre o assunto são interessantes para o aperfeiçoamento, por exemplo, “*O Corpo Fala*” de Pierre Weil e Roland Tompakow.

As mãos – Quanto às mãos, muita gente que não sabe aonde enfiá-las e termina fazendo gestos inadequados e cometendo erros graves. As mãos devem refletir suas idéias, como também podem demonstrar nervosismo. Deixe-as acompanhar o ritmo das palavras sem fazer gestos exagerados. E, caso não saiba o que fazer com elas, nem pense em enfiá-las nos bolsos. Segurar alguns objetos como, por exemplo, caneta, régua, folha de papel, pode ser uma alternativa, mas ao mesmo tempo perigosa, pois mínimas ocorrências podem tirar a atenção do público. O ideal é apoiar as mãos na tribuna ou pedestal. Deixar as mãos soltas sem controle é um grande perigo.

As mãos são excelentes instrumentos. Use-as para reforçar e dar ênfase ao que está sendo dito. Gesticule sem exageros, evitando movimentos evasivos que não tenha coerência com as frases. Evite esfregar uma na ou-

tra, principalmente no início, pois pode indicar insegurança. Cruzar os braços então... nem pensar. Tanto a falta de gestos quanto o excesso, prejudica uma boa apresentação, mesmo que o assunto seja interessante.

Postura – É preciso zelar por uma boa postura para criar boa impressão. A comunicação obedece a uma regra simples que é o *pensar, falar e gesticular*, tudo dentro de um sincronismo. A postura, as expressões, os olhos, o rosto, a posição das pernas, dos braços, enfim, todo o corpo fala. Esteja atento aos seus movimentos. O domínio corporal facilita a transmissão da mensagem oral.

Ficar sentado para quem não tem intimidade com a arte da comunicação em público é um perigo. Uma vez em pé, nem pense em ficar preso em um só lugar como se fosse uma estátua. Procure movimentar-se de forma harmoniosa, apoiando seu peso proporcionalmente nas duas pernas para que haja um equilíbrio no peso do corpo. Ande naturalmente sem tirar os olhos do público que, com certeza, acompanha todos os seus movimentos. Neste caso, é importante conhecer antecipadamente o espaço físico em que vai se apresentar para evitar um tropeço em algum objeto e cair na frente da platéia.

Não resta dúvida que o corpo fala. Portanto, sua movimentação externará suas características e sua personalidade. Observe então seus gestos e veja se refletem e combinam com o que quer transmitir. A rigidez muscular endurece a expressão e impede uma boa comunicação.

Uma fisionomia expressiva contribui para gerar interesse no público sobre o que está sendo apresentado, valorizando a apresentação. Mostre-se simpático, sorria relaxando os músculos faciais. O sorriso transmite segurança para o público e deixa você mais a vontade.

Quando necessário, fale com entusiasmo, demonstrando prazer sem muito esforço. Articule bem as palavras, sem exagerar nos movimentos corporais.

Exercício de gesticulação

Quando estiver treinando seu discurso de frente ao espelho ou para alguém, observe sua gesticulação. Verifique se os gestos completam ou reforçam o que você fala. Use principalmente as mãos para completar sua apresentação. Procure não gesticular as mãos acima do peito para não cobrir o rosto, nem abra os braços demasiadamente para não parecer espalhafatoso ou derrubar objetos ao redor.

A aparência física, os movimentos, gestos, intensidade da voz e dicção são responsáveis pelo reflexo que transmitimos de nossa imagem. A essa modalidade de expressão da linguagem chamamos comunicação não-verbal. O conteúdo do que comunicamos representa 7%, a voz e suas qualidades 38% e o corpo 55%. Quando falamos em comunicação não-verbal, não estamos nos referindo a um “conjunto de acessórios” do processo comunicativo, mas aos sinais que reforçam a comunicação verbal, facilitando a transmissão.

O bom comunicador precisa falar as três linguagens simultaneamente (visual, auditiva e cinestésica), para se comunicar com pessoas diferentes. Para segurar a atenção de uma platéia é preciso gesticular, variar o tom de voz, movimentar-se pela sala, aproximar-se das pessoas, utilizar recursos audiovisuais, tudo o que for possível para comunicar-se bem com os três tipos de pessoas. – Lair Ribeiro.

Cuidados essenciais:

- A imagem do orador é avaliada desde o momento de chegada no local, a forma como entra no auditório, a maneira como se dirige ao palco ou tribuna, o ato de ficar atento e ouvir os oradores anteriores;
- Evite apoiar-se apenas sobre uma das pernas e procure não deixá-las muito abertas ou fechadas. É importante que se movimente diante dos ouvintes para que realimentem a atenção, mas esteja certo de que o movimento tem algum objetivo, como por exemplo, destacar uma informação, reconquistar parcela do auditório que está desatenta, etc.; caso contrário, é preferível que fique parado.
- Procure falar olhando para todas as pessoas da platéia, girando o tronco e a cabeça com calma, ora para a esquerda, ora para a direita, para valorizar e prestigiar a presença dos ouvintes, saber como se comportam diante da exposição e dar maleabilidade.

de ao corpo, proporcionando, assim, uma postura mais natural possível.

- O semblante é um dos aspectos mais importantes da expressão corporal, por isso dê atenção especial a ele. Verifique se seu semblante está expressivo e coerente com o sentimento transmitido pelas palavras. Por exemplo, não demonstre tristeza quando falar em alegria e vice-versa.

O olhar – Dizem que os olhos são o espelho da alma. As pessoas de uma maneira geral gostam de serem olhadas quando conversam e, uma boa apresentação é quando tudo flui como se fosse uma conversa do apresentador com a platéia. O magnetismo pessoal tem seu desenvolvimento através do olhar. Contudo, existem pessoas que não conseguem encarar o olhar de outras e esse medo é comum em muitas.

Em uma apresentação em público, o olhar é uma excelente ferramenta que ajuda a manter um elo com os espectadoras, além de funcionar como diálogo silencioso que estabelece um clima de confiança entre quem fala e ouve. Já vi muitas apresentações em público em que o orador não encara seu público ou fica olhando o tempo todo para o teto, o chão, para uma só pessoa ou um só grupo. Encare o público de forma natural sem deixar a intenção de que esteja desafiando-os com o olhar.

Olhar para uma só pessoa poderá inibi-la ou deixá-la desconcertada como também você poderá encontrar um

olhar hostil de desaprovação. Neste caso, o ideal é evitar o contato direto e procurar olhar, por alguns minutos, para alguma pessoa que pareça mais receptiva. Isto o ajudará a reconquistar a segurança.

Meu conselho para quem está iniciando neste campo, é que não encare ninguém de forma direta nos primeiros minutos. Estabeleça alguns pontos fixos do auditório ou da sala, com exceção do teto ou chão, de forma que pareça estar olhando para todos da platéia. Um ponto imediatamente acima dos olhos dos espectadores será bem confortável e dará a impressão de estar olhando-os nos olhos.

À medida que for desenvolvendo mais segurança, poderá olhar diretamente para algumas pessoas, não mais que 15 segundos por pessoa, sob o risco de gerar desinteresse nos outros ouvintes. Se você evitar o olhar das pessoas, como é o caso de alguns oradores inexperientes, transmitirá timidez e insegurança.

Quanto ao medo e nervosismo, não se preocupe, até mesmo os mais conceituados oradores admitem sentir diante de um público novo. Quando estamos nervosos, temos a sensação de que todos estão percebendo, o que nem sempre é verdade. Então, mantenha a calma, tome um gole de água, respire fundo e retome a apresentação normalmente. Se você se preparou, lembre-se, ninguém mais do que você no local sabe tanto sobre o assunto.

3. Conclusão da apresentação

É importante o orador ter a consciência de que a conclusão é uma síntese de tudo que foi explanado.

Nesta etapa cabem suas observações pessoais sobre o assunto, feito de forma enérgica e com segurança, pois este é o momento de fortalecer uma imagem positiva de tudo que foi exposto causando uma boa impressão e gerando na platéia o desejo de continuidade.

Algumas técnicas podem ser utilizadas para gerar esta boa impressão tais como: finalizar com uma questão impactante sobre o assunto, citar uma frase de efeito positivo ou uma parábola que reforce o que foi dito ou ainda, finalizar com um elogio a platéia.

Não se deve esquecer de que, quando anunciar o fim da apresentação deve-se finalizar de verdade, sem mais comentários. O agradecimento final dirigido ao público, nunca deve ser feito como costume ver algumas pessoas fazerem, como: “obrigado a todos”. Ora, “obrigado” pelo que mesmo? Quem agradece, agradece por alguma coisa, então o correto é dizer “Obrigado a todos pela presença” ou pela atenção, ou pelo que realmente for importante no momento. Com detalhe importante: homens dizem “obrigado”, mulheres dizem “obrigada”.

Preparando-se para os questionamentos

Se houve preparo para a apresentação, implica dizer que o orador está preparado para as perguntas que possam surgir.

Ao planejar a apresentação é importante criar algumas questões sobre o tema, por mais bem explanado que seja o tema, pode haver dúvidas ou alguém querer testar a competência do apresentador.

Caso surja uma pergunta que o orador não tenha segurança para respondê-la, pode-se usar a técnica de perguntar a platéia sobre o que eles acham. Este é um bom artifício principalmente se a apresentação foi excelente e o apresentador conquistou o público. Como tudo tem seu lado negativo, pode, no entanto ser perigosa, pois, o público pode achar que simplesmente o orador não sabe respondê-la.

Outra opção é assumir que não tem informação suficiente para responder, mas que se coloca a disposição para pesquisar e enviar a resposta ao interlocutor seja por e-mail ou outros meios.

Jamais encare uma pergunta como uma ameaça, mesmo que seja, procure respire fundo, relaxe e depois responda. As respostas devem sempre ser objetivas, se possível, com exemplos e sem delongas. A capacidade em responder as perguntas, demonstrará competência e credibilidade quanto ao que foi explanado. Para isto a importância de formular e treinar respostas para prováveis perguntas no planejamento da apresentação.

Em resumo, se houver espaço para questionamentos, o melhor é estar preparado.

4. Avaliação da apresentação

Todo planejamento requer avaliação constante das atividades desenvolvidas como forma de aprimoramento das ações. É sempre válido ao término de uma apresentação, por mais simples que seja fazer uma auto-análise.

Avalie se o conteúdo foi explanado de acordo com o planejamento, se os recursos audiovisuais foram bem utilizados, se houve sintonia com o público espectador. Alguns questionamentos podem ajudar nessa avaliação:

- Houve uma boa coordenação quanto à postura corporal?
- Houve interação visual com o público?
- O tempo foi bem administrado?
- O objetivo da palestra foi atingido quanto às expectativas?
- Houve clareza e objetividade?
- As perguntas foram respondidas com habilidade e segurança?
- O público saiu satisfeito?

Para se ter uma breve noção quanto à repercussão da palestra, infiltre pessoas de sua confiança no meio do público para colher informações sobre a importância do assunto exposto, competência do apresentador, qualidade do evento em geral, etc.

Entrevistas em emissoras de rádio e TV

Sempre que for convidado para uma entrevista observe os seguintes pontos:

- Informe-se antecipadamente sobre o tema que será abordado;
- Qual o público-alvo do programa?
- Quais as principais questões que serão abordadas?
- Qual o perfil e quem será o apresentador?
- Se a entrevista será gravada ou ao vivo;
- Se alguém mais participará da entrevista;
- Em que local será a entrevista?
- Que tipo de microfone será utilizado?
- Qual o traje mais apropriado? Neste aspecto, prefira as cores mais escuras, com exceção do azul ou verde devido à *chroma-key*;
- Se usar paletó ou blazer, use a técnica de puxar a parte detrás de forma a se sentar em cima dela, sem exagero. Assim manterá o paletó com bom caimento no corpo;
- Quando for questionado, inicie a fala olhando para o entrevistador e depois vire-se para a câmera sem se preocupar com as pessoas que trabalham no estúdio;

- Fale para a câmera como se estivesse na sala conversando com as pessoas em suas casas;
- Se a câmera for colocada em ângulo aberto no estúdio, onde o entrevistador aparece também, não precisa falar olhando para a câmera;
- Quando solicitado para dar uma explicação aos telespectadores, inicie a fala olhando diretamente para a câmera e retorne o olhar ao entrevistar somente no final da fala;
- Prepare-se para encerrar. Quando a entrevista estiver no fim, relacione as informações mais importantes que quer transmitir e descubra uma forma de comunicá-las o mais objetiva possível. Cuidado para não falar demais e acabar perdendo o foco da resposta
- Em entrevistas de grupo, evite movimentos bruscos e fique em silêncio enquanto outros entrevistados falam;
- Em caso de usar microfone de lapela, retire-o somente após o apresentador encerrar o programa;
- Em entrevista para rádios, seja breve, evite agradecimentos demorados e depoimentos comprometedores;
- Preste atenção nas perguntas;
- Dê sua opinião sempre levando para o lado positivo.

Uso de recursos audiovisuais

Microfones

Cada microfone possui um grau de sensibilidade exigindo certa distância da boca. Portanto, procure ajustá-lo conforme sua estatura e, além desse cuidado, observe:

- Não deixar o microfone muito alto para não cobrir seu rosto;
- Para evitar que fique se curvando a cada frase, mantenha o microfone a uma altura aproximada de 10 cm abaixo da boca;
- Antes de iniciar a fala, verifique se o microfone está ligado verificando o mecanismo de liga/desliga e não batendo com o dedo;
- Não fale olhando para o microfone, olhe para o público;
- Quando for olhar para os lados, não gire a cabeça para não sair do foco de captação da voz. Gire o corpo em sentido contrário de forma que o microfone fique diante da boca;
- Quando o microfone estiver apoiado em pedestal, não se deve segurá-lo, a não ser para fazer o devido ajuste de forma discreta;
- Se usar microfone solto na mão, não fique enrolando os fios na mão;

- Segurar o microfone com as duas mãos transmite insegurança, assim como segurar com as pontas dos dedos demonstra falta de intimidade com o equipamento;
- Outro cuidado no uso do microfone de mão é ter o cuidado para mantê-lo a altura ideal da boca. Há casos de oradores que se esquecem desse detalhe e irritam o público deixando-os sem ouvir o que está sendo dito;
- Se usar microfone de lapela, cuidado com movimentos das mãos;
- Ao concluir a apresentação, desligue imediatamente o microfone e não faça comentários com o microfone ligado que não queira que o público ouça.

Recursos visuais

Os recursos visuais servem de grande ajuda para incrementar uma apresentação. No entanto, se não forem bem utilizados, podem se transformar em um obstáculo.

- Não polua os *slides* com excesso de informações ou textos enormes;
- Divida os assuntos em tópicos com letras que todos possam ler (recomenda-se fonte tamanho 20 a 28);
- Os *slides* devem servir como um guia e não uma cola, para ler literalmente;
- No que diz respeito ao estilo visual, evite transfor-

mar os *slides* em verdadeira aquarela. Procure equilibrar as cores;

- Evite animações ou sons desnecessários. O que interessa ao público é o tema em questão;
- Prepare e ensaie a seqüência certa de *slides* para evitar ficar pulando alguns e depois retornando a outros, constantemente;
- Ao escrever os tópicos, tenha cuidado com os erros de ortografia, gramática e conceituação;
- Copie o seu arquivo de apresentação em mídia confiável e leve junto outros arquivos de multimídia, relatórios ou mesmo fontes de referências;
- Faça um ensaio no ambiente da apresentação, e verifique possíveis falhas;
- Se usar seu próprio *notebook* ou projetor, teste antes da apresentação.

Oratória e política

Não se deve confundir a oratória como sendo algo pomposo e artificial. Independente da esfera ou público, a oratória deve ser praticada de forma clara e acessível a todos, variando de acordo com o ambiente, a situação e o público.

Para quem deseja uma projeção política, antes de qualquer coisa, é preciso ter consciência do que se deseja dizer ao público-alvo. Para isso, organize-se mentalmente sobre o que pretende dizer; as idéias e a mensagem devem ser apresentadas de forma clara e convincente. Recebendo um destaque no discurso equivalente à força persuasiva que você deseja que ela tenha para seus ouvintes. Esta é a primeira regra.

A segunda regra é a adequação da linguagem. Em uma campanha política, cada público apresenta características diferentes. Isto não significa necessariamente ter que mudar a base e o foco do discurso. A repetição pode ser considerada um erro na comunicação pessoal, mas na política é uma qualidade. Deve-se, portanto, adaptar o discurso para cada público específico.

É importante no processo de comunicação, conseguir a atenção dos ouvintes, ou seja, criar interesse neles pelo que você tem a dizer.

Se há pretensão de falar sobre um problema, o ideal é relacionar com a vida das pessoas presentes, valorizan-

do o problema – descreva-o, ilustre-o com exemplos e a seguir faça um diagnóstico preciso. Em seguida apresente seu ponto de vista e sua proposta de solução, da forma mais atraente e realista. O objetivo é fazer com que as pessoas visualizem os benefícios que advirão de sua proposta.

Por fim, decidir como agir, levando-se em consideração a função do público, o estado psicológico em que se encontra, o tema de sua mensagem, a forma de emissão da fala: emocional ou racional, eloqüente ou não; o ritmo e a intensidade da voz a ser aplicada.

Um discurso pronto, seja na cabeça ou no papel, deve se ajustar à situação. Ele pode servir como veículo de comunicação para os mais variados fins (discurso de aniversário, de formatura, de negócios, discurso políticos, etc), cada um deles construído especificamente para a razão que levou aquele público a se reunir.

O discurso político se constitui numa peça de persuasão em torno de um tema público invariavelmente controvertido. Enquadra-se naquilo que se chama de comunicação interessada, isto é, aquela comunicação que visa levar os ouvintes a adotar uma atitude pretendida pelo orador.

Trata-se de um tipo de comunicação que se assemelha ao vendedor que usa do poder de persuasão para levar ao seu *target*⁴ a decisão quanto à aquisição do produto que lhe interessa.

⁴ Expressão utilizada para definir o público-alvo de um plano de marketing, campanha ou peça de comunicação.

Vendedor e político, ambos são indivíduos interessadas em obter algo do seu público-alvo. No desempenho de sua atividade, são pessoas que buscam “alguma coisa que as pessoas têm” e nas quais estão intensamente interessados. Por esta razão, o político deve estar preparado para superar reações e barreiras de defesa e ceticismo, a fim de que seus argumentos possam ser vistos com boa vontade, ou pelo menos o mínimo de neutralidade.

Via de regra, o político é visto como alguém que sempre está apostado para aproveitar oportunidades “para vender o seu peixe”, como se diz na linguagem popular. Assim, um discurso político, sempre enfrentará resistência e autodefesa silenciosa. A menos que seja pronunciado para um público de fiel, já previamente identificados com as idéias do candidato.

Orientações

Diferentemente do que alguns pensam, fazer um discurso político não significa gritar para todos ouvirem. Não é a toa que a oratória é tratada como uma arte a ser praticada. Conseguir ser ouvido, reter a atenção, emocionar, persuadir as pessoas com argumentos, são desafios em constante mutação na medida em que o público muda de perfil.

Ao se lançar em um discurso político, prepare o ambiente, crie um favorável às suas idéias. Não inicie a idéia central de forma súbita. Observe e escolha o momento

certo para produzir o efeito desejado. Apresente dados, comente um fato, conte uma breve estória, ou ainda dramatize, faça com que o problema pareça maior ainda.

Após uma boa ênfase no problema, faça um diagnóstico e apresente soluções viáveis e atraentes. Faça com que as pessoas visualizem os benefícios advindos de suas idéias.

Desenvolva uma relação de empatia com o público através do ritmo da fala, a repetição de determinadas expressões ou frase utilizadas para abordar diferentes temas, o uso adequado das pausas no discurso. Tudo deve ter coerência com a reação do público, principalmente com os aplausos. Quanto a isso, em hipótese alguma continue o discurso, enquanto o público estiver aplaudindo.

O ato de falar olhando para as pessoas cria uma relação positiva com o público. Alterne o olhar para diferentes grupos de pessoas do ambiente e concentre-se por alguns segundos. Os grupos que recebem o seu olhar direto tendem a reagir favoravelmente a seu discurso e responder com reações que se estendem para os demais.

Seja flexível e preparado para os imprevistos: Uma reunião política sempre possui suas inconveniências. Encare os imprevistos com bom humor e paciência. Seu objetivo é conseguir transmitir sua mensagem e idéias, mesmo diante dos mais diversos obstáculos inesperados.

Seja sociável – As reuniões políticas são também eventos sociais, onde pessoas conhecidas se encontram e

aproveitam a oportunidade para conversar e trocar idéias. Não tendo ser o dono do ouvido de todos, gradue o tom e a intensidade de sua voz de acordo com o comportamento das pessoas presentes. Mas isto não basta. Se você falar mais alto, a ponto de as pessoas não se ouvirem quando conversam, elas também aumentarão o tom. Só há uma saída. Particularmente utilizo esta técnica em minhas apresentações, principalmente em sala de aula: faça um breve silêncio inicial para conquistar a atenção deles.

Tente ser o mais pontual possível. Se houver atrasos, que não ultrapasse os 30 minutos. Lembre-se que pessoas reunidas por muito tempo, esperando pelo candidato podem ficar inquietas e dispersarem-se antes mesmo de ouvi-lo.

Use a educação e cortesia como arma. Ao iniciar a fala, faça referência pessoal às lideranças presentes. Lembre-se que boa parte do público presente é trazido por eles. E o encontro com o candidato é, para estes líderes, a oportunidade de demonstrar sua importância para a comunidade, revelar que são queridos, respeitados e que tem prestígio junto ao candidato. A referência a eles é indispensável para que se formem “exércitos” no trabalho durante a campanha.

A entrada e saída do candidato de um determinado encontro político é parte do espetáculo bem organizado. Ao se dirigir para o local do discurso, cumprimente o máximo de pessoas sem, no entanto, se prolongar nos cumprimentos. Ao término do discurso, cumprimente nova-

mente as pessoas. Mantenha a postos assessores, tanto na entrada quanto na saída, para recolher pedidos, recomendações, solicitações de encontros, dentre outros. Deixe a cargo dos assessores a tarefa de lhe interromper, alegando atraso para outros compromissos. Mantenha a impressão de que você gostaria de ficar por mais tempo no ambiente e queria continuar conversando com eles.

A comunicação possui regras e técnicas que podem ser aprendidas e/ou aperfeiçoadas por quem deseja usá-la como um instrumento de sucesso, seja na vida pessoal ou profissional. Alcançar essa capacidade depende, basicamente, de você.

REFERÊNCIAS

ALVES, Leo da Silva. **Manual de oratória forense**. Brasília: Consulex, 2006.

BUENO, Francisco da Silveira. **Minidicionário da língua portuguesa**. São Paulo: FTD, 1996.

MARIANO, Otto. **Fale em Público sem Professor**. Belo Horizonte: FAPI, 2004.

RIBEIRO, Lair. **Comunicação Global: a mágica da influência**. Rio de Janeiro:Objetiva, 1993.

SARAIVA, Vicente de Paulo. **A técnica da redação jurídica ou a arte de convencer**. Brasília: Consulex, 2006.

SANTOS, Vilson. **Marketing Pessoal: atitudes e comportamentos na construção da marca pessoal**. Imperatriz: Ética, 2007.

TZU, Sun . (trad. Luis Figueiredo) **A arte da guerra**. Imperatriz: Ética, 2007.

WERNECK, Tom; GRASSE, Reinhard. **Treinamento da argumentação**. São Paulo: Tecnoprint, 1982.

Esta obra é distribuída
com exclusividade pela

LIVRARIA INTERATIVA

Rua Antônio de Miranda, 639 - Centro
Tel.: 99 3524 5991 - Imperatriz, MA
www.livrariainterativa.com.br

ética

eticaeditora@gmail.com

Composto na fonte Candara 12/16.
Impresso no sistema digital da
Ética Editora em papel Offset 90g/m².
Tel.: 99 3072 5954.

Imperatriz, MA, maio de 2008