

VISIT THE WEBSITE HERE



PORTUGUESE

COMMENT CREER UNE BONNE PRESENTATION

CONSEILS



PSYCHOLOGIE

TEST POUR EVALUER VOTRE STRESS



EXERCICES

DEVENEZ UN ORATEUR HORS-PAIR!!!



REALITE VIRTUELLE

ELIMINEZ VOTRE STRESS ET VOTRE ANXIETE GRACE A LA REALITE VIRTUELLE



Expand your Frontiers in High Technical Skills and Public Speaking

"Ce projet 2020-1-FR01-KA226-VET-094712 a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication n'engage que son auteur et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2020-1-FR01-KA226-VET-094712



<https://www.erasmuska2.com/>

ÍNDICE

●	ACERCA DO PROJETO	3
●	INTRODUÇÃO AO TEMA FALAR EM PÚBLICO	8
●	O QUE É UM DISCURSO EM PÚBLICO EFICAZ	12
●	OS DIFERENTES TIPOS DE DISCURSO EM PÚBLICO	14
●	A FASE DA PREPARAÇÃO	15
●	IMPROVISO, DISCURSO SEM INTERRUPÇÕES E FLUENTE	17
●	INTELIGÊNCIA DO DISCURSO	19
●	TREINAR A FALA E A ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO	20
●	QUE TIPO DE COMEÇO, QUE TIPO DE FIM?	23
●	COMO ANALISAR A AUDIÊNCIA	32
●	O MEDO DE FALAR EM PÚBLICO	39
●	PROTOCOLOS PARA REDUZIR A FOBIA DE FALAR EM PÚBLICO	42
●	ESTRATÉGIAS PARA MELHORAR AS COMPETÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO	45
●	TÉCNICAS PARA SUPERAR O MEDO DE FALAR EM PÚBLICO	48
●	TÉCNICAS PSICOLÓGICAS PARA LIDAR COM O MEDO DE FALAR EM PÚBLICO	50
●	REALIDADE VIRTUAL	55
●	BIBLIOGRAFIA:	72
●	INTRODUÇÃO	74
●	BIBLIOGRAFIA:	81
●	INTRODUÇÃO	83
●	SEÇÃO 1. O QUE É UMA APRESENTAÇÃO?	84
●	SEÇÃO 2. PLANEAMENTO DA APRESENTAÇÃO	89
●	SEÇÃO 3. PREPARAÇÃO DA APRESENTAÇÃO	96
●	SEÇÃO 4. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA/ORGANIZAÇÃO	99
●	SEÇÃO 5. APRESENTAÇÃO DO PROJETO	104
●	SEÇÃO 6. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DA FORMAÇÃO	107
●	SEÇÃO 7. AUTO-APRESENTAÇÃO	109
●	SEÇÃO 8. NA VÉSPERA DA APRESENTAÇÃO	111
●	SEÇÃO 9. PROCESSO DE APRESENTAÇÃO	113
●	SEÇÃO 10. CRIAR UMA APRESENTAÇÃO EM POWERPOINT	119
●	INTRODUÇÃO	124
●	INDICADORES DE OBSERVAÇÃO PARA A AVALIAÇÃO DA FALA EM PÚBLICO	126
●	CONTEÚDO INFORMATIVO DE UMA APRESENTAÇÃO	132
●	BIBLIOGRAFIA:	135
	GENERAL IMPROVEMENT FOR ORATOR	136
●	MELHORE A VOZ, DICÇÃO E TOM	141
●	MELHORE A VOZ, DICÇÃO E TOM	142
●	MELHORAR A VOZ, DICÇÃO E TOM	143
●	MELHORAR A VOZ, DICÇÃO E TOM	144
●	MELHORAR A VOZ, DICÇÃO E TOM	145
●	MELHORAR A VOZ, DICÇÃO E TOM	146
●	MELHORAR A LINGUAGEM CORPORAL E OS GESTOS	147
●	MELHORAR A LINGUAGEM CORPORAL E OS GESTOS	148
●	MELHORAR A LINGUAGEM CORPORAL E OS GESTOS	149

- MELHORAR A LINGUAGEM CORPORAL E OS GESTOS 150
- MELHORAR A LINGUAGEM CORPORAL E OS GESTOS 151
- MELHORAR A LINGUAGEM CORPORAL E OS GESTOS 152
- MELHORAR A LINGUAGEM CORPORAL E OS GESTOS 153
- MELHORAR A LINGUAGEM CORPORAL E OS GESTOS 154
- BIBLIOGRAFIA: 157
- FORMULÁRIO DE AUTO-AVALIAÇÃO DO DISCURSO PÚBLICO..... 159

O Projeto **"Expanda as suas Fronteiras através de elevadas competências técnicas e da oratória em público"** tem como objetivo aumentar as competências oratórias dos educadores e reduzir as fobias sociais de falar em público por meio de 3 produtos intelectuais inovadores:

- o Sistema de Realidade Virtual para Simulação de Oralidade
- o Plataforma de e-learning,
- o Manual traduzido em 7 idiomas (EN, IT, PT, RO, RU, FR, TK)



Este projeto (Projeto 2020-1-FR01-KA226-VET-094712 foi financiado com o apoio da Comissão Europeia. Esta publicação reflete apenas a opinião do autor, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito as informações nele contidas



PARAGRAF International is an NGO based in Paris (France) with a European network in Antwerp [Belgium] and Stockholm (Sweden) and who aim to share common values and good methods on non-formal education. PARAGRAF International is composed and managed by a team of people who acquired experiences from different structures around Europe.



Mehmet Rifat Evyap Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi school started education in 1998 -1999 academic year. We have 1320 students at our school. In our school, there are 5 fields under the name of Information Technologies, Electrical-Electronics Technologies, Chemical Technologies, Machinery Technologies and Renewable Energy Technologies and education activities with 9 branches under these fields are continuing.



International Institute of Applied Psychology and Human Sciences is a cultural and scientific association located in Italy. The goals of IIAPHS are 1. to promote scientific research in the field of psychology, also in cooperation with Scientific Entities and Organisations both public and private, national and international 2. To collect and elaborate data, to structure and implement psychological intervention and to disseminate information regarding applied psychology and human sciences 3. to divulge the methodology of scientific research, psychology and human sciences.



Academia de Formação do Norte is a training school created in 2011, certified by the Directorate- General for Employment and labor Relations, based in the city of Porto that promotes training actions for youngers and adults, companies in several areas, providing the trainees with the virtual reality, necessary skills to better adapt to organizations and to the labor market, mainly in the sector of Health, Beauty & Wellness, entrepreneurship, Environment, ICT, languages and initial pedagogical training for trainers. The school has been exploring the use of immersive virtual reality (iVR) in real classrooms. We are focused on how iVR can be used to enhance learning, its relationship to curriculum, and its implications for pedagogy.



The Namoi association aim to protect human rights, defense of the legal interests of social excluded groups that be connected to a person's social class, race, skin color, religious affiliation, ethnic origin. We are helping youth to build a strong image of the current technological situation. We answers fundamental questions regarding hardware need, basic software used, types of online services required to work more efficiently and the necessary technology related trainings for staff. We facilitate transnational research, by educating journalists and by bringing together media workers with differing perspectives into a conversation about themselves and the world.



SC Psihoforworld was established in April 2016 as a follow-up to the "Individual Psychology Cabinet David Anca" set up in 2012. Since 2012, we have been focusing on adult counselling services in the field of work psychology, with about 7 years of experience in: professional guidance and counselling, recruiting and selecting staff for different organizations, designing training programs professional assessment, psychological evaluation of employees, achievement of the psychological profile of persons who want to occupy certain positions, elaboration of studies regarding personnel fluctuations and finding the related remedies.



IO1 Manual Excellent Public Speaking IO2 E-learning Platform for Public Speaking IO3 VR Training for Public Speaking

O projeto "**Expanda as suas Fronteiras através de elevadas competências técnicas e da oratória em público**" inclui tecnologias digitais inovadoras para ensino e aprendizagem. O **Simulador de Realidade Virtual (O3)** é um sistema imersivo de RV que permite aos participantes simular uma sessão de oratória para aumentar as competências dos professores e reduzir as fobias sociais relacionadas a falar em público.

O sistema permitirá que os participantes experimentem várias sessões de oratória em cenários de dificuldades crescentes. A fobia social torna extremamente difícil o acesso à profissão a todas as profissões docentes. O projeto inclui uma inovadora plataforma de **e-learning (O2)** ensinando aos educadores as competências necessárias para realizar uma oratória eficaz e reduzir a ansiedade relacionada ao desempenho em público

Os resultados intelectuais a serem produzidos no âmbito do projeto "**Expanda as suas Fronteiras através de elevadas competências técnicas e da oratória em público**" são um suporte para todos os professores, formadores e mentores de EFP na escola e no trabalho para o seu desenvolvimento profissional inicial e contínuo. A nossa análise das necessidades transnacionais mostrou claramente que não existe uma exigência de formação clara e universal para o acesso à profissão de formador de EFP que não é regulamentada. Quando há um requisito de treinamento, isso não está relacionado a competências sociais. Podemos identificar claramente o mesmo para os professores, cujo acesso à profissão é regulado por seleção pública. No entanto, fatores sociais como ansiedade social e fobias podem afetar claramente o desempenho dos professores, formadores e mentores de EFP e reduzir o seu bem-estar. A produção produzida apoia o seu processo de Aprendizagem de falar em público e trabalha diretamente nas fobias sociais relacionadas a falar em público.

O Manual "Excelente Oratória" tem como objetivo aumentar a qualidade da oratória, aumentar a resiliência dos formadores e reduzir a fobia e o stress de falar em público entre formadores de EFP, Professores, Professores Universitários e outros membros dos grupos-alvo. O manual será traduzido em 7 idiomas (EN, RO, IT, PT, RU, TK, FR).



- As 300 páginas “Excelente Falar em Público” têm o objetivo de aumentar a qualidade de falar em público, aumentar a resiliência dos formadores e reduzir a fobia de falar em público e o stress entre formadores de EFP, Professores, Professores Universitários e outros membros dos grupos-alvo.



- Os formadores de EFP são uma profissão não regulamentada, os critérios formais de acesso são indefinidos na grande maioria dos casos.
- Professores do Ensino Médio e Universitários acedem à profissão por meio de seleção pública, que necessariamente não considera as competências sociais.
- As competências de falar em público são aprendidas na grande maioria dos casos no trabalho sem formação, e isso pode aumentar o stress e reduzir o desempenho
- A profissão de educação é um setor em ascensão, este fator pode ser uma oportunidade para os países participantes

- Levantamentos epidemiológicos mostram que as profissões docentes compartilham altos níveis de stress.

O Manual inclui:

- Diretrizes para falar em público eficaz
- Instruções para a análise da audiência e a otimização do discurso
- Teste psicológico de autoavaliação para avaliação de estados negativos de ansiedade e fobia
- Métodos eficazes para responder a perguntas do público
- Protocolos para psicólogos para a redução de fobias de falar em público
- Métodos para criar apresentações eficazes
- Métodos observacionais e listas de verificação para a avaliação da oratória
- Exercícios para melhorar a oratória



- ❖ A Plataforma de E-learning para Competências de Falar em Público é uma saída de educação digital aberta baseada em 10 horas de videoaulas projetadas para aumentar as competências de falar em público e reduzir fobias de falar em público e outros estados psicológicos negativos.

Análise de necessidades, de acordo com este formulário de candidatura:

- A prática de falar em público é frequentemente aprendida no trabalho com a abordagem de tentativa e erro
- A seleção pública de profissões de professores não inclui uma avaliação padronizada de competências sociais e competências de oratória
- A docência é uma das categorias profissionais mais expostas ao stress relacionado com o trabalho.

Funcionalidades:

- formulários de login e registro de acordo com o GDPR
- Vídeo de 10 horas organizado em 5 módulos de 2 horas cada, subdivididos em aulas teóricas
- sistema de testes de proficiência
- questionário do sistema de satisfação
- sistema de relatórios automatizado
- sistema de e-mail integrado para atualização e motivação dos participantes para a conclusão dos módulos
- sistema de entrega de certificado de presença
- tradução completa com legendas e locução de todos os vídeos
- sistema de comunicação integrado com psicólogos para consultoria personalizada
- sistema automatizado de avaliação de estados negativos ligados a situações de falar em público

□ **VR Training for Public Speaking** em um treinamento inovador para o combate à fobia social de falar em público. A Realidade Virtual irá introduzir o participante em uma simulação de falar em público e avaliar o comportamento em tempo real para encorajar o participante a falar em público de forma eficaz e gerenciar estados negativos.



A formação da Oratória na Realidade Virtual tem as seguintes funcionalidades:

- Simulação de um através de óculos VR
- Exposição gradual de cenários fáceis a mais complicados
- Avaliar através de inquérito psicológico os estados de fobia, ansiedade
- Avaliar o movimento da cabeça e dar feedback ao participante
- Avaliar a qualidade da fala por meio de indicadores de voz
- Avaliar o contato visual com o público
- Produza um relatório de impacto automaticamente através do aplicativo VR

Para atingir os objetivos do projeto (melhor desempenho de oratória e redução de estados psicológicos negativos), propõe-se o desenvolvimento de sistemas de gamificação. Será criado um videogame baseado em Realidade Virtual. Será criado um ambiente virtual por meio do qual o beneficiário ficará imerso em uma sala de conferência virtual. Nesta sala de conferência, o usuário cumprirá a tarefa de fazer uma palestra sobre um tema proposto pela plataforma.

Este jogo terá as seguintes características:

Incluirá diferentes cenários: serão desenvolvidos diferentes cenários em que o auditório está vazio, cenários em que o auditório está cheio, cenários em que o auditório está

cheio e o público falando, etc. Esses diferentes cenários representarão diferentes níveis de dificuldade, do mais simples ao mais complicado.

- Avaliação automatizada da qualidade do trabalho: O sistema coletará os seguintes indicadores de qualidade de fala:

- o Contato visual com o público: o sistema avaliará se o usuário olha para o público.
- o Movimento da cabeça: o sistema avaliará os movimentos da cabeça do usuário para detetar situações de stress, etc.
- o Tom de voz: o sistema avaliará o nível de volume quando o usuário falar.
- o Tempo de fala: contabilização do tempo gasto na fala.

A qualquer momento da sua vida pode receber vários convites para participar em reuniões e conferências, e alguns deles podem exigir que a pessoa fale em público. Mesmo que seja um mestre neste campo, falar em público é uma história totalmente diferente. Muitas pessoas evitam ou têm medo de falar em público. Se você é uma dessas pessoas, podemos dar-lhe alguns conselhos para ajudá-lo a superar o seu medo. Se você está com medo, saiba que não está sozinho. Muitas pessoas têm medo de falar em público. Como disse o comediante Jerry Seinfeld, há muito mais pessoas que têm medo de falar em público do que aquelas que têm medo de morrer. Então, essa conversa é tão difícil assim?

O stress que sente quando está em público, o suor nas palmas das mãos, aquela dor no estômago, são sinais que podem ser descritos como reflexos da fobia de falar em público. Se esta situação não for controlada, pode afetar negativamente tanto a vida profissional como a vida privada. Especialmente se tiver que conversar com frequência devido ao seu trabalho, superar essa fobia tornará a sua vida muito mais fácil.

Por que devemos falar de forma eficaz?

Todas as pessoas pelas quais fomos influenciados ao longo de nossas vidas nos influenciaram com as suas ações e fala. Aqueles cujo conhecimento nos impressiona são aqueles que revelam o seu conhecimento através da sua fala. Quando somos influenciados por seus livros, o efeito está no livro, não na pessoa. A pessoa se comunicava com o leitor através do livro. Não importa quão conhecedor seja, se não puder expressá-lo através da fala ou de outros meios de comunicação, o seu conhecimento não será útil para outras pessoas. Se tem o poder de causar um desenvolvimento positivo, mas não o usa, significa que não está a fazer o que é necessário para o poder que lhe foi dado. Você pode chamar as pessoas para a bondade com seu discurso? Você pode aproximá-los da felicidade? Se queremos transmitir uma informação ou uma mensagem às pessoas, a melhor forma de o fazer é falando. Se você exibir uma personalidade ineficaz no seu discurso, deixará uma impressão completamente obscura nos olhos de seu interlocutor. Você é ignorado. Até que você realmente o faça sentir sua influência. Se você for eficaz em seu discurso, comportamento e comunicação, deixará uma excitação em seu interlocutor. Ele quer ouvi-lo, falar consigo. Mesmo quando ele o vê, ele fica animado. Parece haver diferentes segredos na fala. Falar na frente das pessoas é um prazer indescritível. Um discurso bem-sucedido, por outro lado, tem efeitos misteriosos nas pessoas. Os únicos que ficam na mente são aqueles que falam de uma forma muito eficaz. É muito difícil esquecermos uma pessoa que ouvimos numa conferência e a quem chamamos de "incrível".

Acerca de falar em público

No trabalho, ou em qualquer das nossas outras atividades, a maneira como falamos, a maneira como nos comunicamos, é um dos elementos com base nos quais seremos julgados, aceitos ou definitivamente rejeitados. Falar com ordem, clareza, entusiasmo, persuasão é uma competência que pode e deve ser treinada se quiser transmitir os seus argumentos de forma eficaz. Desde a antiguidade, a necessidade de falar em público esteve constantemente presente para o ser humano persuadir, convencer, ensinar, socializar.

A arte de falar em público chama-se oratória, e quem a pratica, orador. A oratória é a arte de dizer e, sobretudo, de saber dizer. Refere-se a saber expressar a mensagem que se quer transmitir no momento certo e da maneira correta.

Um discurso de qualquer tipo (político, judicial, fúnebre, etc.) recebeu o nome de oratio. O domínio dessa "arte" foi chamado de eloquência. A oratória é, portanto, "a arte de falar com eloquência". O poder da oratória é imenso: com a sua maestria poderemos convencer o nosso público ou interlocutor, persuadi-los e até diverti-los ou comovê-los. A eloquência é essencial para falar em público e, certamente, a chave para falar é a capacidade de obter um discurso fluido, elegante e convincente.

Com eloquência, a empatia é despertada no público, que ficará emocionado e cativado por nós e pela nossa mensagem. Como tudo, é uma competência que pode ser aprimorada e da qual existem inúmeras vantagens. Saber expressar-se é uma ferramenta fundamental na atuação profissional em qualquer setor. Mas a oratória

vai muito além das palavras: não é apenas falar, é comunicar. E o fazemos por meio de outros elementos igualmente preciosos como a entonação, os gestos, o olhar, a postura corporal, etc.

As técnicas desenvolvidas na oratória para o uso correto da vocalização, respiração, relaxamento, tom de voz, ritmo, ajudar-lhe-ão a expressar-se corretamente diante de um público que, em geral, pode ser variado por faixa etária, nível sociocultural, ideias ou crenças. Um orador deve ser capaz de mudar as emoções dos ouvintes, não apenas fornecer informações. A técnica da oratória funcionará independentemente do tema que estivermos tratando, da situação em que nos encontramos ou do tipo de interlocutor que estamos enfrentando. Na História, a oratória começa a ser praticada muito cedo: o primeiro discurso a que assistimos é o de Sedano Cláudio, o Cego, sobre a guerra contra Pirro.

A oralidade nasceu na Sicília e desenvolveu-se principalmente na Grécia, onde era considerado uma ferramenta para adquirir prestígio e poder político. Havia alguns profissionais chamados logologistas, encarregados de redigir discursos para os tribunais. O mais famoso deles foi Lysias. Sócrates criou em Atenas uma famosa Escola de oralidade a que tinha uma concepção mais ampla e patriótica da missão do orador, que devia ser um homem culto e movido por elevados ideais éticos para garantir o progresso do Estado. Nesse tipo de oratória, Demóstenes foi considerado o melhor de sua arte.

Da Grécia a oralidade passou para a República Romana, onde Marco Túlio Cícero o aperfeiçoou. Seus discursos e tratados oratórios ainda são essenciais hoje. A teoria em que se baseava, aprendida e adaptada pelos gregos, chamava-se retórica (do grego rhetor, orador): um conjunto de disciplinas e uma forma concreta de organizar e construir um discurso com um objetivo final: persuadir o público. As escolas em que foi estudado, equivalentes às nossas universidades, foram chamadas de "escolas de retórica". A retórica é transversal a vários campos do conhecimento (ciência literária, ciência política, publicidade, jornalismo, ciências da educação, ciências sociais, direito, estudos bíblicos etc.) e trata do estudo e da sistematização de procedimentos e técnicas de uso da linguagem, se serve a um propósito persuasivo ou estético, ou a propósitos comunicativos.

A arte de usar a palavra em público com correção e beleza, usando-a para agradar e persuadir, teve um uso precoce e prolongado em Roma. Seu desenvolvimento foi favorecido pelo sistema político da República baseado na consulta popular e permaneceu, de fato, vivo e forte enquanto sobreviveu a constituição republicana. Uma vez impostas formas de governo baseadas no poder pessoal, a oralidade, sem a atmosfera de liberdade de que necessita, definiu e tornou-se um puro exercício de retórica. O oratório permeou grande parte da vida pública, e seu valor foi reconhecido nos tribunais (discursos judiciais), no fórum romano (discursos políticos) e em alguns eventos religiosos (elogios fúnebres). O povo romano, extraordinariamente amante dos discursos, soube valorizar e aplaudir brilhantes oradores, entre eles Cícero e Marco Fabio Quintiliano, e foi ator muito vivo nos debates entre diferentes escolas e tendências.

Entre as vantagens decorrentes do domínio efetivo do uso da linguagem, podemos destacar:

- o Mais auto-estima e confiança
- o Superar os medos e inseguranças que o falar em público causa, constrói a autoconfiança. Além disso, praticar a fala implica uma melhoria contínua das competências de comunicação verbal e, quando notamos essa melhora, a confiança aumentará e também a satisfação pessoal.

o Melhor comunicação e competências linguísticas

A oratória tornar-nos-á mais eficazes no domínio dos tempos, pausas, entonação, ritmo, articulação. Desenvolveremos um discurso eficaz, com um vocabulário rico e fluido, sem a necessidade de slogans ou clichês. Isso também nos permitirá improvisar e lidar com qualquer situação em que nos peçam para falar em público, controlando o stress e mantendo a calma.



o Melhorar as competências de pesquisa

Para apresentar com sucesso um tópico em público, a pesquisa preliminar é essencial. Isso nos forçará a buscar fontes credíveis e relevantes. Ter informações de qualidade também nos ajudará a tomar decisões mais adequadas.

o Raciocínio dedutivo

A oratória obriga-nos a partir de uma premissa e a avançar para uma conclusão, com base nas informações obtidas durante a investigação. É um tipo de raciocínio muito útil na vida pessoal e profissional. Além disso, é acompanhado de pensamento crítico, o que nos permite construir um discurso eficaz que convença nosso público.

o Develop leadership

Dominar a oratória nos permitirá não apenas transmitir nossas ideias, mas também as dos outros. Fazê-lo com fluência e clareza e persuadir o público é uma das de liderança, vital para impulsionar a mudança.

o Ajuda a estabelecer contatos profissionais

Falar em público desperta o interesse de quem nos ouve não competências só pela nossa mensagem, mas também pela nossa pessoa. Portanto, falar em público nos permite conectar com outros profissionais e palestrantes.

Hoje, dominar a oratória é essencial para o sucesso e uma boa reputação profissional. É uma competência cada vez mais levada em consideração pelo valor que agrega na hora de coordenar equipes e inspirar e transmitir valores corporativos. Expressar ideias corretamente, transmitir confiança e entusiasmo, persuadir e influenciar os outros é muito mais valioso do que apenas a competência profissional. São os pilares de uma liderança eficaz e bem-sucedida, baseada no prestígio, na influência e na capacidade de motivar os outros.

Além disso, a maneira como nos expressamos determinará como nossos colegas e superiores nos julgam e avaliam. Dominar a arte de falar em público pode abrir oportunidades e aprimoramentos na carreira, permitindo que nos destaquemos em reuniões e eventos e avancemos em nossas carreiras. A linguagem é, portanto, a única faculdade humana que nos distingue de outras formas de vida e que nos permite conhecer nosso passado, compreender nosso presente e visualizar um futuro.



GUIDELINES

FOR EFFECTIVE PUBLIC SPEAKING



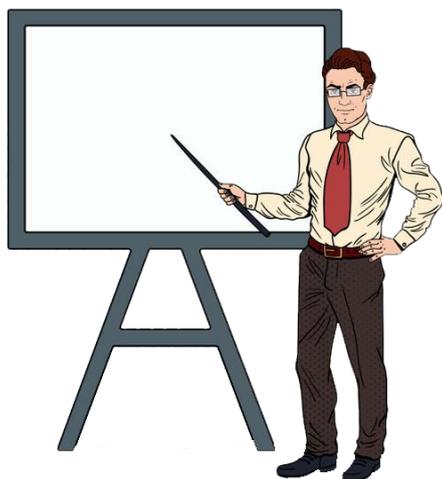
GUIDELINES FOR EFFECTIVE PUBLIC SPEAKING

O QUE É UM DISCURSO EM PÚBLICO EFICAZ

As competências e técnicas necessárias para fazer um bom discurso são basicamente as mesmas, seja na família, na comunidade, em uma grande conferência, entrevista ou reunião de negócios. Um dos maiores problemas ao falar em público é o medo. Pode-se observar que mesmo pessoas altamente equipadas, cultas e altamente bem-sucedidas em conversas às vezes experimentam um sério medo em falar em público.

Os problemas que são frequentemente vistos nos indivíduos que não falam em público são os seguintes.

- Tensão nervosa
- Excitação excessiva
- Ter em conta o que o público pensa sobre si, mesmo durante o seu discurso.
- Não tenha vergonha de pensar que todos os olhos estão centrados em si
 - Medo de esquecer ou esquecer o que dizer
 - Não hesite em agir
 - Preocupe-se por misturar-se com a audiência.
 - Falar rápido e querer encerrar a conversa o mais rápido possível.
 - Ter problemas para entender e responder às perguntas feitas.
 - Medo de ser criticado
 - Medo de rir fora de controlo.



Qual é o objetivo do seu discurso? Informar, motivar ou entreter as pessoas? Isso precisa ser muito bem definido. Para sua palestra, é necessário escolher um tema de acordo com sua área de interesse. A pesquisa sobre o assunto deve ser feita e os alvos devem ser determinados. Com quem você vai falar? No entanto, descobrir o público com quem você vai falar, um grupo de especialistas? ou um grupo de estudantes? Qual é a idade média? É predominantemente masculino ou feminino?

Ao aprender o tempo que você usará para o discurso, é necessário decidir sobre a duração e os principais tópicos do seu discurso. Ao projetar as mensagens em seu discurso, você precisa orientar seu discurso de acordo, seja novas informações, motivação para iniciar um negócio ou apenas os bons sentimentos deixados por um momento agradável.

Evite entrar em detalhes excessivos, pode ser chato. Em vez de frases longas, use pontos principais que ajudarão o ouvinte. Se apropriado para o tema, fotos e imagens irão animar qualquer conversa. Certifique-se de que todos na sala possam ver as imagens. Pensar antecipadamente em todas as possíveis perguntas que podem ser feitas lhe dará fluência para responder às perguntas feitas. Peça críticas ensaiando seu discurso e fazendo com que outras pessoas o escutem. Dessa forma, estará preparado com antecedência sobre os detalhes e deficiências que não percebeu durante o seu discurso. Ir até a área onde você fará a apresentação com pelo menos 15 minutos de antecedência e verificar a sala e as características técnicas evitará que caia em uma situação difícil devido a possíveis erros técnicos.

Aqui estão algumas dicas para melhorar o nível geral de seu discurso público. Os exercícios nos capítulos seguintes permitirão que você treine em vários desses pontos. Dependendo das razões pelas quais você será solicitado a fazer um discurso, você encontrará experiências para fazer sozinho ou com uma "platéia de teste". Os diferentes exercícios requerem muito pouco equipamento e na maioria dos casos uma folha de papel e uma caneta serão suficientes.

- **Não se deixe destabilizar:** O seu público pode mostrar sinais de hostilidade ou indiferença: você pode se deparar com um olhar de desaprovação, um bocejo, ouvir sarcasmo, todos os sinais que podem desestabilizá-lo. Seria tentador ignorá-los, mas essas reações podem aumentar se você ignorá-los. Ao desenvolver sua facilidade relacional, você conseguirá perceber seu público e se adaptar. Se você perceber o tédio, desperte-o; se uma pessoa ligar para você, responda, etc.
- **Desenvolver a autoconfiança:** É a base da facilidade relacional e da comunicação realizada. Para estar confortável com os outros, você deve primeiro estar confortável consigo mesmo. Para isso, é preciso saber se desprender do olhar dos outros e recuperar a própria confiança. Liste seus pequenos e grandes sucessos, mas permita-se cometer erros: é assim que você aprende. Comece ousando falar quando se sentir confortável com seus interlocutores
- **Aprender a gerir o stress:** O nervosismo gerado por um discurso público é a expressão de uma apreensão, um medo de decepcionar. No entanto, é essencial controlar os seus medos para manter apenas o stress "bom", aquele que funciona como motor e não como freio. Identifique as causas da sua ansiedade. Existem técnicas que o ajudarão a reduzir rapidamente a pressão, como exercícios de respiração, relaxamento ou visualização.
- **Trabalhar na sua linguagem corporal:** Gestos, entonação, olhares são tão importantes quanto as palavras usadas em um discurso. Por isso, é essencial saber trabalhar a sua comunicação não verbal, para isso é necessário: Manter os pés firmemente ancorados no chão - Manter a confiança na sua postura - Olhar para todo o público - Usar as mãos - Falar com clareza
- **Estruturar o seu discurso:** Um discurso que vai em todas as direções não vai ganhar o apoio do público e você pode perder o fio em algum momento. Para estruturar adequadamente seu discurso, você deve proceder em etapas: Capturar a atenção com um bom gancho - Chegar ao cerne da questão - Eliminar quaisquer objeções - Argumentar para apresentar seu projeto ou defender sua ideia - Concluir mencionando um elemento-chave.
- **o Aperfeiçoe a sua expressão oral:** Começa com uma excelente fala: faça alguns exercícios para aperfeiçoar sua dicção, aprenda a abaixar a voz, banir palavras perdidas (uh, então, aí está, etc.). Use vocabulário adaptado aos seus interlocutores. Prefira frases curtas a frases extensas cujo significado se perde rapidamente. Dê ritmo e vida à sua intervenção: um vocabulário rico e variado, palavras de acordo com o tom utilizado, o assunto e o contexto da mensagem.
- **o Aprender a convencer:** Desenvolva seu poder de persuasão para fazer suas mensagens serem ouvidas e ouvidas com naturalidade. Para isso, é fundamental trabalhar o seu carisma. Antecipe as expectativas do seu público e a possível relutância em transmitir a mensagem. Desta forma, você adaptará a sua intervenção de forma a convencer os mais hesitantes. Certifique-se de alcançar os seus interlocutores "jogando" a carta emocional.

- **Atitudes Negativas:** contraída - Vontade de sair - sem fôlego - Rendimento acelerado - Rendimento lento - Voz aguda - afiada - Tremores - Suor - Manobra - Idéias telescópicas
- **Atitudes Positivas:** Confortável - Prazer em falar - Atitude aberta - Espírito de distribuição - Voz baixa - Curiosidade intelectual - boa presença - boa modulação

OS DIFERENTES TIPOS DE DISCURSO EM PÚBLICO

As oportunidades de falar em público vêm de muitas formas. A chave para ser um bom orador é alinhar suas técnicas de comunicação, baseadas em sua mensagem, em um desses quatro tipos.



A forma informativa: Este tipo de discurso público se concentra em explicar um conceito ou ideia ao público. Palestrantes informativos tendem a se concentrar em tópicos específicos, como pessoas, eventos, lugares, histórias, etc. Exemplos podem incluir um professor universitário dando uma palestra sobre um tópico específico ou um executivo sênior de uma empresa fazendo uma apresentação sobre as vendas do ano passado.



O caminho da persuasão: é o pão com manteiga de falar em público e apresentações; na verdade, é amplamente percebido como o poder de falar em público. A conversa persuasiva é sobre convencer os membros do seu público a fazer algo, com base na concordância deles com o seu ponto de vista. Nessa técnica, a amostra de persuasão é ampla: você pode fazer com que membros do seu público concordem em comprar um produto, adotar um novo estilo de vida ou até mesmo conformarem-se com uma determinada opinião política. Advogados, políticos e vendedores usam essa técnica a seu favor, use-a se quiser persuadir o seu público a fazer algo.



A forma demonstrativa: Esta é um pouco questionável porque se concentra mais nas ações omitidas durante um discurso ou apresentação do que nas palavras ditas. Ainda assim, vale a pena falar. Os discursos demonstrativos são aqueles em que o orador realiza ações e explica claramente essas ações no processo. A ideia é envolver o público em meios verbais e não verbais de comunicação. Ao fazer isso, o orador tem uma oportunidade de melhorar e assim passar a sua mensagem para o público. Já presenciou um anúncio publicitário sobre um produto nerd? É aquele em que o apresentador fala indefinidamente sobre um produto e mostra todas as características?



A forma cerimonial: Os discursos cerimoniais consistem em fazer discursos em ocasiões especiais (como casamentos, aniversários, formaturas, etc.). O objetivo do discurso cerimonial é desencadear uma resposta emocional de uma audiência. Trata-se de promover uma conexão emocional com as pessoas que dedicam tempo para ouvi-lo.

Fase de Preparação A - Texto de Apresentação

- Para apresentações curtas que não excedam 15 minutos, um plano de escrita ou cartões de anotações devem ser preparados.
- Qualquer que seja a sua extensão, a apresentação nunca deve ser recitada; mas não se deve ser muito dependente das notas. As notas devem ser usadas apenas para estimular a memória.
- O texto escrito é diferente da apresentação oral. Ele define tanto a mensagem quanto os materiais visuais a serem apresentados.
- O texto escrito é autossuficiente; pode ser entendido sem uma apresentação oral.



Fase de Preparação B - Partes do Texto Escrito

O texto escrito é composto por quatro partes.

Introdução: As primeiras impressões do público sobre o orador são formadas na introdução. A introdução serve a vários propósitos.

- Cria harmonia e confiança entre o orador e o público.
- Indica o objetivo da apresentação.
- Chama a atenção do público.
- Direciona o ouvinte para a essência da apresentação.
- Dá tempo para o público se acostumar com o tópico.

Pensamento-chave: A ideia-chave é o alvo da apresentação e diz ao público o que a apresentação irá realizar.

Desenvolvimento: Inclui uma discussão detalhada de cada ponto-chave no plano e dados que suportam o ponto-chave. Esta seção transmite a mensagem principal do orador. É eficaz que as palavras sejam facilmente compreendidas, as frases sejam curtas e contêm apenas uma ideia, e as expressões longas não contêm palavras desnecessárias.

Conclusão ou Encerramento: Para ser eficaz, a conclusão deve dar ao público uma sensação de completude. Seu público está sempre mais atento no início e no final do discurso; então você deve aproveitá-lo e terminar suas palavras com uma mensagem positiva. Você pode usar as seguintes maneiras para suas frases de encerramento:

Resumindo.: Você pode usar frases como “finalmente”, “para resumir”, “finalmente” para mostrar que você está prestes a terminar seu discurso. Você deve colocar o último ponto após essas palavras. Não continue falando por mais cinco minutos.

Faça uma pergunta: Você pode deixar uma pergunta para o público. Se você mencionou um problema e sugeriu uma solução, este pode ser um método eficaz: “A decisão é sua, o que você acha?”

Use citações: você pode usar um livro de citações para uma frase conclusiva significativa.

E- Conte uma anedota: A história contada no final da palestra deve ser curta e abordar o tema que se pretende realçar. Personalize a história e envolva o seu público

No dia do Discurso

É necessário evitar bebidas gaseificadas e com cafeína e dever-se-á comer uma refeição leve. Seja elegante, mas confortável. O seu fato, sapatos e joias devem ser adequados ao ambiente, bem como a um estilo que o deixe confortável. Se está nervoso, pode fazer exercícios de relaxamento e respiração, exercícios de voz.

Durante a fala

- o Suba ao pódio com calma.
- o Deixe o público vê-lo por alguns segundos antes de pisar atrás do pódio.
- o Tenha uma expressão sorridente
- o Não se concentre em si mesmo (como se parece, o quão bem se está a sair, se a sua excitação é evidente).
- o Basta pensar na sua apresentação.
- o Não tente ler os pensamentos do público.
- o Pode dizer ao olhar para os seus amigos próximos ou ao olhar para alguém em quem você acredita, que está ouvindo bem
- o Não se concentre sempre nos olhos da mesma pessoa.
- o Fale com paixão. É surpreendente como o entusiasmo é contagioso. Se o seu tom é expressivo e os seus gestos animados, você parece confiante e apaixonado. Não vá rápido, fique calmo. Tente não ser monótono.
- o Faça bom uso das pausas, não use expressões parasitárias.
- o Não exagere nos gestos e expressões faciais. Não balance para frente e para trás no palco. Pode mover-se em pequenos passos.
- o Não vire as costas para o público.
- o Conclua o tópico com um resumo. Dê a oportunidade para aqueles que querem fazer perguntas.

Faça um pitch perfeito

No nosso mundo competitivo, precisamos de nos apresentar da melhor maneira possível para nos destacarmos da multidão. Suponha que alguém lhe pergunte o que está a fazer? O que diria? Suponha que tem cerca de 30 segundos para dizer algo ou apresentar um breve resumo (pitch)? O que devia conter a sua súmula? Em quais áreas prestaria mais atenção? Quanto tempo o seu argumento deve durar em termos de número de palavras usadas? Este exercício foi projetado para ajudá-lo a propor uma súmula e refiná-lo várias vezes para torná-lo quase perfeito.

Faça um pitch e melhore-o gradualmente com base no feedback que recebe de outras pessoas. O pitch deve durar cerca de 30 segundos. Uma taxa de fala ideal é de cerca de 140 a 160 palavras por minuto. Portanto, o pitch deve ter cerca de 70 a 80 palavras. Tem a opção de lançar a si mesmo ou a um tópico específico. Por exemplo: Personalidade e trabalho – Produtos – Empresa – Um pitch específico para um produto ou serviço. Este exercício também é viável para muitos, então comparamos os resultados de cada um e selecionamos as melhores partes para fazer um argumento perfeito.

Porque e como as improvisações são necessárias?

Se não estivermos preparados para o nosso discurso, vamos improvisar, o que é muito mais difícil do que apresentar um discurso preparado. No entanto, a improvisação também pode ser necessária ao fazer conexões entre os pontos principais de nossa conversa, responder a perguntas feitas a nós ou quando nos pedem para ter uma conversa fora do tópico. Estas situações são muito prováveis de ocorrer. Portanto, devemos nos aprimorar para conversas ininterruptas e fluentes.

Um bom orador não é aquele que fala de improviso por horas, como se pensa, mas aquele que sabe falar bastante improvisado. Cada orador leva 5 minutos quando perguntado sobre um tópico. deve ser capaz de falar. Para isso, deve ser desenvolvida a "inteligência da fala", que será examinada posteriormente. Além disso, em discursos em que a ideia principal deve ser espalhada por um determinado período de tempo, o orador deve brincar com as palavras e usar palavras como argamassa entre tijolos em seu discurso para preencher a lacuna.

Durante o seminário, os participantes também devem ter 30 segundos para praticar. duração, depois 1,5 minutos. Eles devem falar de improviso por um longo tempo. Para essas conversas, deve-se começar com apenas uma palavra que outra pessoa dará. Mesmo quando sozinho, com a ajuda de um dicionário ou de um dicionário, um conceito que não foi determinado por nós antes deve ser selecionado e discutido sem limite de tempo. Também será útil poder escrever artigos longos em torno de um conceito e tentar construir frases longas.

EXERCÍCIOS DE IMPROVISO E RESPOSTA

→ **Faça frases de pelo menos seis palavras com base nas seguintes palavras:**

Rosa	Desenvolvimento	Ovo	Mar	Linguagem	Humano
Massa	Estrada	Soldado	Cor	Ver	Oito
Conhecimento	Figura	Doutor	Chorar	Árvore	Fluência
Água	Homem	Ovelha	Excitação	Tempo	Dor

→ **Com base nas palavras abaixo, 30 segundos no início, depois 60 segundos. e depois 90 seg. Fale por um tempo.**

Afeição	Bomba	Espaço	Convite	Rádio	Bocejar
Cortesia	Entusiasmo	Rir	Janela	Máquina	Parede
Saldo	Tolerância	Calças	Agricultura	Amigável	Melão

→ Tente dar as respostas mais longas que puder para as seguintes perguntas. Se der respostas escritas, não fique abaixo de 30 palavras.

- Lembra-se do primeiro dia em que começou a escola primária?
- Costuma comprometer os seus princípios?
- Acha que as pessoas deveriam participar de seminários de “oratório”?
- Que características de ondas e nuvens são semelhantes entre si?
- A quem acha que se entende pela frase “aqueles que escrevem sobre a água com as suas vidas”?

Você já mudou sua perspectiva de vida?

→ Nos exemplos abaixo, tente preencher o fluxo de ideias que quebram no meio das estruturas das frases com as suas próprias expressões.

- Hoje, com os meus sentimentos mais profundos....
- Esses momentos de entusiasmo em que vivemos....
- Desejo este congresso..... No entanto,.
- Resumindo você aqui....
- É um privilégio para mim....
- Agora amanhã....



Sugestões para preencher o fluxo de ideias nos exemplos acima:

- Hoje, quero dizer-lhe novas palavras com os meus mais profundos sentimentos e ser um intérprete tanto para os seus como para os meus.
- Gostaria de recordar estes momentos alegres depois de muitos anos e recordar este dia, que era história para aquela época, com toda a sua riqueza de significado.
- Desejo que este congresso seja realizado ao ar livre agora; mas então era certo que essa eficiência extraordinária vista até agora não poderia ser alcançada.

→ Nos exemplos abaixo, tente preencher o fluxo de ideias com suas próprias expressões após as estruturas das frases. Para isso, expanda uma das palavras nas frases dadas.

- Sente raiva quando é criticado?
- Quero viver uma vida simples agora.
- O arquiteto, que construiu aqueles minaretes, fez falar o seu senso estético.
- O nosso povo que trabalha curvado quer agora encontrar conforto.
- Porque fica sempre entediado?
- Vamos voltar-nos para os factos, para os factos do país.

Sugestões para preencher o fluxo de ideias nos exemplos acima:

O No entanto, também sabe que a raiva lhe traz mais mal do que bem. Nada acontecerá àqueles que o criticam com a sua raiva; do seu ponto de vista, ainda ficará impune. Também ficará com raiva, se esticar e se cansar. Mais uma vez, isso irá acontecer-lheê.

o Simples. O mais claro possível. Quero fugir da confusão da vida, do trabalho e da correria, esticar a cabeça e respirar entre eles. Agora quero ir às aldeias, tocar a terra, beber água das fontes como uma simples pessoa, confortavelmente e sem preocupações.

o Se ainda não viu essas torres, eu recomendo fortemente que as veja. Como lápis, eles sobem ao céu, finos e longos. Eles têm listras subindo em listras, varandas atraentes que lembram pulseiras. O mais magnífico dos tipos de torre foi escolhido para estes.

INTELIGÊNCIA DO DISCURSO

Chamamos a consciência e a capacidade de falar produtivamente, que é obtida por meio de estudos e exercícios para poder falar com fluência e ininterruptamente, "inteligência da fala". O conceito de "Speech Intelligence" visa tornar nossas conversas mais fluentes, focando em significados comuns e opostos com o desenvolvimento da capacidade de pensar associando.

Para o desenvolvimento da inteligência da fala:

Pense em comuns e antónimos. Deve praticar a procura de palavras comuns e antónimos, com particular ênfase em palavras abstratas. Se tentar encontrar antónimos e comuns para 5 palavras que receberá de diferentes pessoas todos os dias, aproximará da sua memória ativa os significados de 70 palavras diferentes por semana e 3650 palavras diferentes por ano.

Recomendamos que acompanhe pelo menos duas revistas mensais. Além disso, é uma ferramenta valiosa em termos de não negligenciável na confecção de dicionários e dicionários.

- ✓ You must also develop all your senses of perception. For this purpose, you should strengthen your fictional imagination and dream different and away from mental patterns.
- ✓ Properties of entities, source of events and possible consequences after, witty jokes etc. Think about details like Look around you like a little child trying to learn about life.
- ✓ Think separately for entities, events or human behavior with question words such as "why", "how", "when", "what", "who". In particular, the "why" and "how" will greatly expand human horizons.
- ✓ The breadth of our vocabulary will provide us with more material to use in our fluency. Reading a lot of books, reading books in different language and stylistic structures are of course the first ways that come to mind improving our vocabulary. However, following the journals is extremely useful in terms of familiarity with new subjects.

Develop your imagination



Think over the details



Always ask questions



Develop your vocabulary



Método de atribuição: Associar o conteúdo da nossa fala com o próximo conteúdo usando diferentes critérios trará fluência à nossa fala. Para isso, podemos utilizar fatores de associação como tempo, local, função, processo de produção, aparência, raça. Por exemplo, quando tem problemas por um momento sobre o conteúdo do assunto sobre o qual está falando, pode falar sobre como o principal fenômeno sobre o qual está falando foi recebido antes, no passado, e como as pessoas do futuro Veja isto. Deve usar o mesmo para outros fatores.



Método de extensão: Conforme praticado anteriormente nos exercícios, podemos “expandir” ao sermos capazes de derivar uma nova estrutura de ideia de uma palavra no conteúdo da estrutura de ideia holística anterior. Para que a extensão forneça mais integridade semântica, a palavra que escolhemos como fonte da extensão deve ser a palavra “importante” que deve ser enfatizada dentro dessa estrutura de ideias e que foi carregada de significado.

TREINAR A FALA E A ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO

Preparação Preliminar: Para que um discurso seja bem-sucedido, ele deve ser preparado com antecedência e seu conteúdo deve ser planejado. É muito difícil que discursos improvisados tenham efeitos extraordinários na audiência. Se os oradores só falam sobre assuntos sobre os quais têm o direito de falar, que realmente conhecem bem, a imperfeição da fala pode ser superada em um nível inferior. No entanto, não teria sido um discurso perfeito. Para a preparação do discurso, os seguintes pontos devem ser considerados:

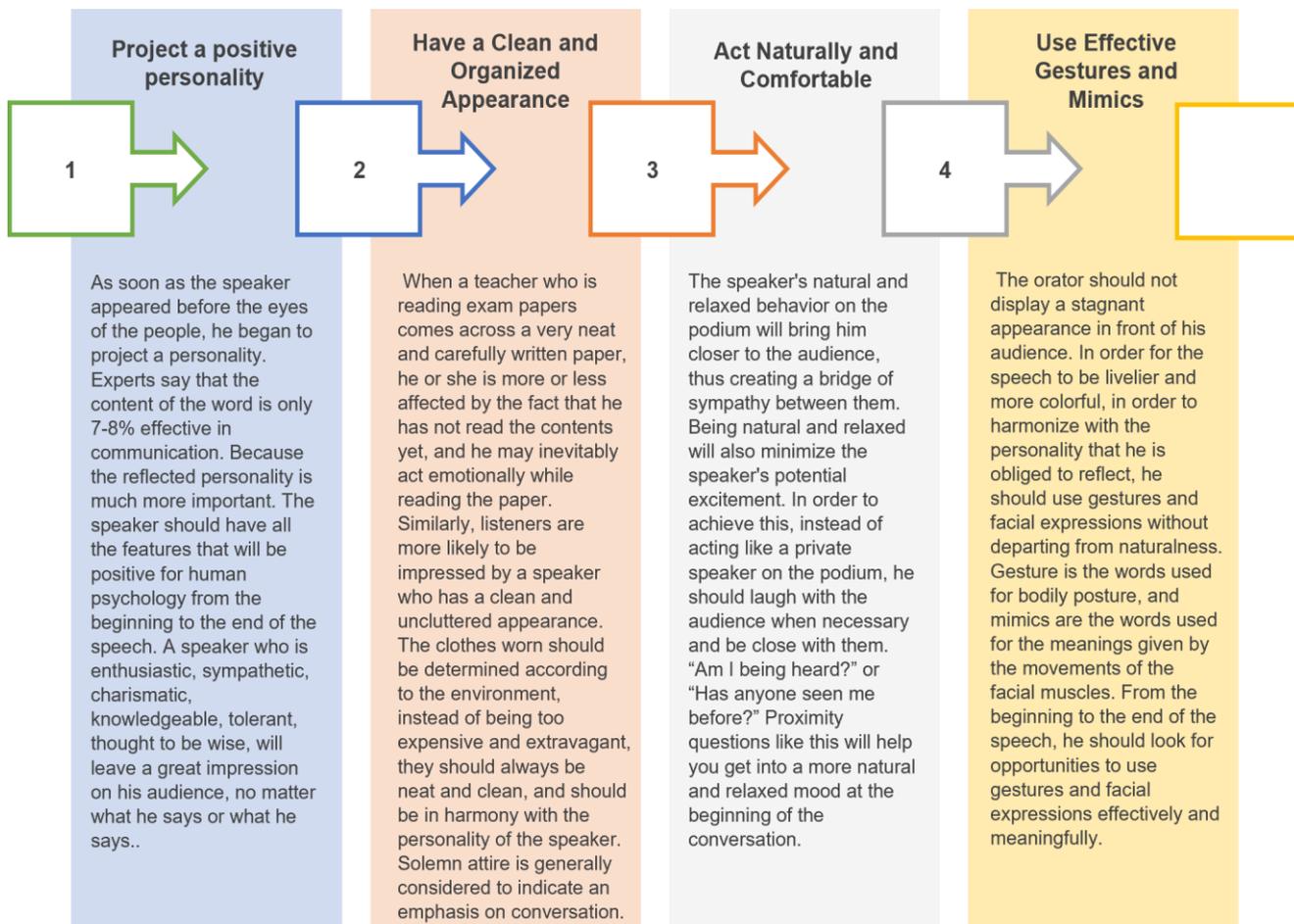
o Escolha o seu tópico e limite-o: O orador deve saber exatamente e claramente sobre qual tópico falar. Se ele conhece bem o assunto, a abordagem “vamos falar de alguma coisa” pode ser descrita como um sinal claro de que a conversa vai virar um fiasco. O orador que quer falar de forma eficaz deve ser capaz de se expressar por um tempo sobre um assunto que não conhece, mas nunca deve apresentar um exemplo de “discurso principal”. Deve-se falar sobre o assunto que é realmente um especialista. Após a seleção do tema da conversa, o tema deve ser limitado de acordo com o tempo solicitado para a conversa. Por exemplo, se uma hora for reservada para o orador que falará sobre “oratória”, o orador deve limitar as subidias do assunto de uma forma que toque nos princípios fundamentais da oratória, ou explique apenas uma parte da oratória. oratória, por exemplo “estratégias de atenção”.

o Identifique o seu propósito e o propósito do seu discurso: Existem três perspectivas diferentes que podem ser consideradas sobre os objetivos de um discurso. A fala tem um propósito específico que deriva da mensagem que contém. Em segundo lugar, o orador tem um propósito que deriva de seu discurso e do efeito que espera na audiência. Terceiro, os ouvintes têm expectativas do discurso e, portanto, objetivos para si mesmos. Durante a fase de planejamento da fala, todos esses objetivos devem ser revistos. Uma dimensão da qualidade é a satisfação das expectativas. Portanto, o planejamento do discurso e os direcionamentos a serem feitos durante o discurso devem ser realizados no âmbito da satisfação dessas expectativas. Por exemplo, se a expectativa dos participantes do seminário de “leitura rápida e eficaz” é aprender muito melhor do que a leitura rápida, o apresentador do seminário deve focar no “aprendizado” estendendo o conteúdo do programa e canalizando seu propósito nessa direção.

o Construir as suas ideias na sua mente: Para garantir fluência e uma apresentação eficaz durante a fala, o conteúdo que compõe o discurso deve ser construído nas nossas mentes. Podemos ter dificuldade em lembrar o conteúdo de um discurso que não está totalmente estabelecido em nosso cérebro, quando necessário. Para evitar isso, devemos dividir o conteúdo do discurso e guardá-lo em nossa memória de acordo com essas seções. Em primeiro lugar, devemos dividir o conteúdo em algumas ideias principais e saber quanto alocamos. Então precisamos criar ideias paralelas para apoiar essas ideias principais.

Para a sistemática dessas ideias, deve-se utilizar a representação figural e ainda, se possível, colorir e animar esta representação figural. Durante a fala, é mais útil ter essa representação figurativa e lembretes importantes (algumas palavras) nela, em vez de todo o conteúdo do discurso.

- **Ajustes focados no altifalante:** Terminado o planeamento e a preparação preliminar do discurso, o orador deve colocar-se no centro e decidir por si mesmo.



Porque a fonte do discurso a ser apresentado é o próprio orador. O público também terá uma opinião para o orador antes mesmo de ouvir o discurso. Nos primeiros 20 segundos, quando as primeiras impressões são formadas, o locutor deve deixar opiniões positivas sobre os ouvintes e sair da conversa reforçando essas opiniões durante o processo de fala. Aqui estão as maneiras que recomendamos para isso:

Mensagem - Correspondência de linguagem corporal: Se a mensagem que damos no discurso for sustentada pela linguagem corporal, o elemento "visualidade" também será incluído no processo de percepção do público, fortalecendo assim o significado colocado em suas mentes. Portanto, a linguagem corporal deve ser falada de acordo com o conteúdo.

Por exemplo, sorrir numa seção sobre sorrir, refletir tristeza com expressões faciais em uma seção triste, compartilhar esse entusiasmo em uma festa entusiástica produzirá reforço positivo nos significados. Em todas as conversas, a postura corporal também deve ser geralmente ereta e segura, mas pode ser alterada de acordo com a mensagem. Gestos como inclinar o corpo levemente em direção à plateia nas partes onde o significado será mais carregado, abrir os braços e direcionar as palmas das mãos para os interlocutores em discursos que devem dar uma impressão de acolhimento, vão acumular pontos muito positivos.

Foque-se primeiro em si. Seja o seu próprio líder:

Ser líder de si mesmo é uma das características indispensáveis para a produtividade de todas as pessoas. Se somos guiados por outros ao longo de nossas vidas e enfrentamos o resultado de nossas decisões nessa direção, apenas "nós", não outra pessoa, há um afastamento da justiça.

Os exemplos que costumamos encontrar na vida social contemporânea estão nessa situação. Uma pessoa eficaz deve pensar nas decisões que tomará e tomar as decisões que sejam apropriadas para ela. Conhecer a si mesmo e suas características, determinar seus objetivos e prioridades, estabelecer metas para alcançá-los à luz dessas prioridades, motivar-se e dar feedback a si mesmo são os fundamentos da liderança pessoal. Assim, todas as

pessoas que desejam ser eficazes e eficientes devem primeiro reconhecer suas próprias características e determinar suas prioridades na vida. Uma pessoa que não pode satisfazer a si mesma não será capaz de transmitir sua mensagem a outras pessoas com total eficiência. Coisas que são importantes de acordo com os julgamentos sociais podem não ser tão importantes em termos de prioridades humanas. Mas uma pessoa que está longe da liderança pessoal se adaptará à sociedade sem questioná-la e provavelmente se envergonhará!



sobre o qual vai falar e deve escolhê-lo ele mesmo. Assim, ele poderá falar sobre um assunto que goste e que lhe interesse. De qualquer forma, os grandes oradores devem abster-se de falar sobre o assunto do qual não são especialistas. No entanto, os alunos ou funcionários administrativos que são solicitados a fazer uma apresentação nem sempre têm essa chance.

Seja influenciado pelo assunto e pelo seu discurso: ensaiar o discurso antes de ser dado pode aumentar o impacto do discurso sobre os ouvintes em maior medida do que as estimativas. Deve ficar impressionado com o seu discurso nesses ensaios. Se for dado um discurso que também gosta, o público também gostará do discurso. Se o orador está a falar sobre um objeto, ele deve ver, tocar, ouvir; a emoção, por outro lado, deve ser sentida com toda a sua vitalidade; a pessoa deve ser capaz de lidar com ela pessoalmente naquele momento.

Que tipo de começo? As primeiras impressões sempre têm um grande valor. Ao subir ao pódio para um discurso, o público chegará a uma opinião positiva ou negativa no primeiro minuto (ou até 20 segundos), e assistirá todo o discurso principalmente por trás desses óculos. Atenção especial também deve ser dada ao início, a fim de pintar inicialmente esses óculos com impressões positivas de si mesmo e fazer com que o resto do discurso ouça com interesse. As seguintes sugestões podem ser usadas para organizar o início:

Não comece pedindo desculpas: Quando o orador é chamado ao pódio, aos olhos do público, ele é alguém que tem o direito de falar sobre o assunto e vale a pena ser ouvido. No entanto, se ele começar seu discurso na plataforma com declarações que quebram a impressão do público, o público estará inclinado a mudar suas impressões imediatamente. Um grande erro que muitos oradores cometem é pedir desculpas aos seus interlocutores dizendo que eles vieram sem preparação por estarem atrasados para a palestra. Ou, alguns oradores iniciam seu discurso dizendo que "não sabem falar" e dão um exemplo da chamada humildade. Na verdade, expressar isso certamente trará danos, ao invés dos pontos positivos esperados de humildade. Algumas expressões errôneas usadas semelhantes aos exemplos acima mencionados são as seguintes. Os oradores que desejam fazer discursos eficazes devem evitar essas expressões no início:

“Não é meu lugar falar aqui, mas...”

“Na verdade, não sou um orador. Não sei como falar para sua satisfação. Mas ainda assim, já que me foi prometido...”

“Mesmo que os mais velhos saibam muito mais do que eu...”

“Felizmente eles trouxeram-me aqui, mas a verdade é que eu não acho que tenho muito a ganhar contigo.”

“Eu ouvi essa conversa um pouco tarde. Foi de repente que eu soube que também ia fazer um discurso. Então, em primeiro lugar, peço-lhe desculpa por não estar totalmente pronto.”

Não comece assim que estiver no pódio: Quando estiver no pódio ou na área de fala, fique em silêncio por 5 a 10 segundos. Nesse ínterim, se respirar fundo pelo diafragma colocando seu sorriso leve, que está acostumado a usar imediatamente, terá estabelecido a coragem e a confiança para falar em primeiro lugar. Ao mesmo tempo, pode controlar sua postura e ficar mais ereto. A tarefa mais não negligenciável desse processo é passar por cima do público. Durante esse processo de navegação silenciosa, a atenção do público estará em você, e até mesmo os ouvintes que estão conversando entre si desistirão e se voltarão para si. Além disso, esta navegação irá ajudá-lo a criar uma opinião na sua mente sobre os seus interlocutores e evitar o medo e a ansiedade que tem sobre eles.

Faça o público sentir que se importa: todo mundo gosta de ser cuidado, valorizado e cuidado. O orador também deve começar a conquistar os corações de seus interlocutores desde o início. Portanto, a primeira coisa a fazer é cumprimentar. A audiência deve ser saudada de forma adequada à ocasião e, se necessário, o orador deve se apresentar adequadamente. Nesta fase de saudação, as pessoas que estão na plateia e consideradas importantes (presidente da reunião, presidente, ministro, reitor, gerente geral, líder social respeitado etc.) e pessoas jurídicas (organização, fundação, associação, universidade, comissão) que contribuíram para a organização também estão incluídos. etc.) definitivamente não deve ser esquecido. Após a saudação, se o salão não estiver totalmente ocupado e o público estiver sentado em áreas dispersas, deve-se pedir que se aproximem da frente. Durante o processo de aquecimento para começar a falar, as características comuns dos ouvintes podem ser enfatizadas e, desse ponto de vista, podem ser feitos elogios a eles que não ultrapassam o sentimento de sinceridade. Por exemplo, no início de um discurso que terá lugar na faculdade de engenharia de uma universidade, o orador pode mencionar que os que estarão na sala serão em sua maioria os engenheiros do futuro, e que os engenheiros que "investem em si mesmos" com tais discursos trarão mais à humanidade do que se espera **dos seus amigos**.

OPENINGS

- Grab audience's attention so that they will want to hear what you have to say
- Should be a "grabber" or "attention seeker"
- Not only arouse interest, but also suggest theme of speech
- Openings can be dramatic, emotional, humorous or rhetorical
- Opening does not have to have words, you can use gestures, demonstration, silence

- ❖ Startling question
- ❖ Challenging statement
- ❖ Appropriate short quotation or illustration
- ❖ Surprising generalization
- ❖ Exhibit – object, article, picture
- ❖ Personal story

Formas de iniciar um discurso: Com as palavras a serem ditas no início do discurso, temos algumas sugestões para tornar a opinião do público sobre o palestrante positiva e principalmente para garantir que o restante do discurso possa ser ouvido com interesse. Em primeiro lugar, despertar um senso de curiosidade na plateia é uma maneira útil de atrair a atenção e abrir novas portas nas mentes à espera de serem preenchidas.

Para causar uma sensação de curiosidade, expressões de perguntas também podem ser usadas aqui.

Exemplo: "Estou contigo hoje para falar sobre uma receita fácil e mágica que vai permitir que te dê bem com as pessoas e cause uma química entre ti e as pessoas que tu não conheces."

Outra maneira eficaz de começar é falar a partir do sentimentalismo e apelar para as emoções do público. Assim, ganharás pessoas que concordam contigo desde o início.

Exemplo: "Sei que as pessoas que vêm ouvir esta palestra hoje são aquelas que não suportam perder tempo ou desperdiçar-se; São pessoas valiosas com propósito e propósito, que dedicam a sua determinação, esforço e tempo para mudar o mundo de mais pessoas, tornando-se pessoas mais eficazes."

Vemos que muitos oradores preferem iniciar seus discursos com "anedotas". De acordo com estudos, iniciar uma conversa com uma anedota não é uma forma muito popular em termos de opinião do público e causa, em parte, uma perda de prestígio. No entanto, anedotas que complementam o assunto podem ser usadas no discurso. Oradores eficazes devem usar sagacidade reconfortante e sagacidade em vez de anedotas. As piadas que você produz naquele momento e que ajudarão a suavizar o clima devem ser preferidas em vez das piadas que parecem ter sido colocadas em prática à força. Outra sugestão é começar a falar com o apoio de um poema conciso (que significa muito com poucas palavras) ou uma declaração concisa que se acredita fornecer uma introdução ao assunto. Este poema ou frase também deve conter mensagens que sejam aceitas por todos em termos de conteúdo.

Que tipo de fim?

Para um discurso, sua parte final, a fase de encerramento, é de grande importância estratégica. Porque o último é sempre o mais provável de ser lembrado. Portanto, o resultado não pode ser negligenciado e deve ser bem avaliado. O discurso nunca deve terminar sem um encerramento particularmente executado. Mesmo que achemos que nosso discurso correu mal e que não conseguimos impressionar o público, temos uma última oportunidade de transformar opiniões negativas em positivas: a “seção de encerramento”. Ou corre-se o risco de que um discurso que supostamente produz resultados efetivos diminua ou diminua seu impacto: a “seção de encerramento”. Então, o que deve ser considerado para a parte final que precisa ser enfatizada com maestria?

CLOSINGS

- Accent your speech objectives
- Leave the audience with something to remember
- Closing is the “whip-cracker”, the “clincher”, ultimately the “result getter”.
- Closing can be dramatic, emotional, humorous or rhetorical
- Closing does not have to have words; you can use props, gestures, a demonstration or silence

- ❖ Call or an appeal for definite action
- ❖ Appropriate short quotation or illustration
- ❖ Exhibit – an object, article, picture
- ❖ Personal challenge

O que não deve constar num bom desfecho

Depois que o orador termina o seu discurso e o encerra bem ou mal, não deve sair a correr e fugir de vista. O orador, que sai apressado do ambiente, dará a mensagem de que acha que não teve muito sucesso com o seu próprio discurso. É como se ele quisesse evitar as críticas que virão evitando os olhos imediatamente.

No entanto, se o locutor, após descrever o que tem a dizer sobre a sua exposição, construir uma frase contendo "isso é tudo" (como no exemplo de "já terminei, é isso"), isso limitará o potencial de conhecimento das suposições do público. É também motivo suficiente para mostrar o quão distante o orador está das suas competências orais.

O que deve constar de um bom desfecho

Uma boa finalização deve ser eficaz e enfática o suficiente para ser lembrado por muito tempo. Para isso, a melhor forma é apelar para os sentimentos e a empolgação do público. Numa altura em que a intensidade dos sentimentos e da excitação está no auge, o orador pode deixar o pódio dando os seus últimos agradecimentos.

Exemplo: “Para aliviar a dor dessas pessoas, pessoas como nós que não podem comer nem uma refeição por dia, em vez de três refeições por dia, peço que ouçam o choro de seus filhos pelo menos uma vez nos seus sonhos. Nada mais, apenas isso. Só isso. Saudações a todos...”

Como última palavra, pode ser usada uma frase curta, concisa e eficaz que possa cobrir a ideia principal do discurso e não deve ser esquecida. Se quiser usar essa frase, será mais fácil planejá-la antes de falar.

Exemplo: “Finalmente, gostaria de expressar isto: Cada um de vocês tem tanta importância quanto um universo separado. Por favor, lembre-se disso. Obrigado.”

Outra última palavra eficaz seria expressar pensamentos esperançosos sobre o futuro. Se a mensagem narrada chama mais atenção para os aspectos negativos do assunto, deve-se desejar que eventos mais positivos aconteçam no futuro e tentar motivar os interlocutores tentando convencê-los disso.

Embora haja uma atmosfera positiva no conteúdo da mensagem, podem-se dizer desejos e incentivos para que todos os participantes sejam incluídos nessa atmosfera positiva.

Exemplo: “Não importa o quadro que pintamos em nosso discurso, tenho certeza de que um dia as pessoas neste salão verão o povo desta nação com um sorriso gracioso em seus rostos. Feliz por eles também terem participado desse lindo resultado. Feliz por eles! Feliz estás no corredor, feliz então!”

No final do discurso, orientar o público a agir de acordo com o objetivo da mensagem ou fazer uma pergunta concisa também será um exemplo de encerramento eficaz.

Use sua experiência pessoal: Durante a comunicação, a mensagem e o remetente da mensagem estão quase integrados um ao outro aos olhos do receptor da mensagem. Como um discurso público é um exemplo de comunicação, pode-se concluir que falar e orador são a mesma coisa aos olhos do público. O público ouve o orador como uma mensagem junto com o discurso. Assim, a inclusão do orador de algumas coisas sobre si mesmo em seu discurso aumentará a mensagem transmitida e, portanto, o efeito na mensagem. Existem alguns pontos que o locutor deve prestar atenção para aumentar o efeito da mensagem dessa forma:

o Durante o discurso, foi mencionado anteriormente que o orador reflete uma personalidade. Essa personalidade projetada deve ser evidente, não obscura, para reforçar a mensagem com o suporte de fatos pessoais. A fala será avaliada filtrando através dos filtros na mente dos ouvintes. Uma personalidade sombria também serve para escurecer esses filtros. Você deve enfatizar seus valores comuns com seu público e transformar os filtros nas suas mentes a seu favor, iluminando todos os pontos que possam criar uma impressão negativa sobre si.

o Durante o seu discurso, os seus exemplos de progresso e desenvolvimento, superando os obstáculos que encontra no caminho da vida, serão bem recebidos pelo público e também os encorajarão. Como um exemplo vivo diante deles, irá provar-lhes que os obstáculos podem ser superados, o sucesso pode ser alcançado e que o que faz é factível. Tais exemplos aumentarão o entusiasmo e a excitação dos interlocutores.

o Outra partilha que deixará o público empolgado e animado é a partilha de citações e lembranças dos seus primeiros anos, processo de crescimento e amadurecimento. É agradável para o público que eles encontram algo de si mesmos na palestra. Portanto, as memórias de sua infância e adolescência são um tópico interessante que todas as pessoas encontrarão algo de si mesmas, gostarão de ouvir e atrairão sua atenção. No entanto, se houver experiências incomuns, elas podem ser mais interessantes do que "experiências possíveis".

o Seria apropriado contar ao seu público sobre os seus interesses pessoais, hobbies e interesses pessoais – se eles forem aceitáveis para todos. Porque hobbies e atividades pessoais são produtos de períodos de tempo, especialmente quando o trabalho de amor é gasto. Assim, o espírito humano, sempre inclinado a descobrir novos mundos, diferentes e baseados no amor, terá uma atenção especial. Por exemplo, fazer azulejos é uma arte e a maioria das pessoas gosta de assistir azulejos. Interesses como caligrafia, música, automóveis, basquete, pesquisa em psicologia, e se tiverem impacto na psique de algumas pessoas, outras certamente serão mais ou menos afetadas apenas por essa influência.

o Além de todos esses pontos, deve-se saber que o público também quer ouvir as crenças e pensamentos pessoais do orador. O orador deve falar sobre isso, mas se ele tiver crenças e pensamentos muito diferentes da mentalidade geral do público, ele deve primeiro agir em aspectos comuns.

A oratória é como um lindo buquê de flores na mão enquanto você fala. Além disso, quando as flores deste buquê são dadas a outra pessoa, o número delas no buquê não diminui. Se está a descrever as flores na sua mão, a melhor maneira de expressá-lo é dar essas flores para a pessoa com quem está a falar. Da mesma forma, compartilhar sua conversa franca com seu público terá um impacto não negligenciável sobre eles, e eles inevitavelmente se aproximarão de sua mensagem, qualquer que seja o conteúdo do que você está dizendo. Para “partilhar” o seu discurso com o público num sentido real, antes de tudo, o orador deve estar consciente da existência do público com todas as emoções e características humanas em sua mente. O público é humano, eles têm sentimentos. Os recursos básicos da psicologia humana também se aplicam a eles. Eles também gostam de ser notados e cuidados. E eles também podem se cansar de falar, por motivos comuns a todas as pessoas em geral. É também dever do orador eficaz ganhar a sua apreciação e não aborrecê-los. Existem também algumas estratégias a seguir para o cumprimento dessas tarefas:



Empatia com o público: É uma forma muito bem sucedida do orador ter empatia com o público para que possa compreender melhor os sentimentos do interlocutor e as características que ele é obrigado a satisfazer durante sua fala. Antes de falar, deve se colocar no lugar do seu público para entender suas expectativas e os possíveis filtros que eles podem criar para você e para o tema. Através dos seus óculos e das suas emoções, deve olhar para si mesmo da posição deles.

Viva o que você vive: Nenhuma narrativa, nenhuma mensagem pode ser vivida sem ser vivenciada. Os sentimentos têm um lugar muito importante no efeito da mensagem. Um orador que não vivencia o que está dizendo não pode refletir a plena confiança que se espera dele, misturada com a suposição de que está quase mentindo durante a narração. Os discursos são sistemas de pensamento que podem ser vistos, sentidos

e as sugestões podem ser experimentadas com os significados que contêm. E para que um discurso tenha maior impacto no destinatário, o significado deve ser sentido, e as sugestões devem ser vivenciadas pessoalmente.

Fique de olho no seu público: falamos sobre a importância de ficar de olho no público, ficar em silêncio por alguns segundos antes de começarmos. Fazer contato visual com o público durante o discurso é uma indicação de que você se importa com eles e que está transmitindo a mensagem. Se o número de participantes for grande, poderá fazer contato visual com diferentes pessoas, levando em consideração a distribuição média da sala, abrangendo toda a sala. Além dessa função, passear os olhos pelo salão permitir-lhe-á seguir o seu público e dominar o salão.

Alinhe-se com o seu público: Todo mundo ama mais quem está perto dele. Ninguém quer ser humilhado na presença de outra pessoa que é superior a eles. Talvez o orador seja uma pessoa muito qualificada, ele também pode expressar as características certas em seu discurso. Mas ele certamente deve evitar uma impressão superior e avassaladora do público. “Estou neste momento como resultado de meus estudos e esforços, mas estamos no nível de amigos e irmãos consigo. E se tentar, podemos estar no mesmo lugar” deve ser e fletido. Portanto, é precisamente um equilíbrio de humildade que é necessário.



Movimente o público de vez em quando: por mais maravilhoso que seja o oratório, por mais interessante que seja o assunto, depois de um tempo, devido à psicologia humana, o público se cansará de falar. De acordo com a estrutura fisiológica da pessoa, para garantir uma circulação sanguínea saudável, as pessoas devem se movimentar pelo menos uma vez a cada 30 minutos, embora em pequena escala. Pelo menos os que estão sentados devem ficar de pé por um tempo muito curto. Sem dúvida, os ouvintes também

têm essas necessidades. Portanto, um orador eficaz deve mobilizar seu público e fazê-lo acordar por um curto período de tempo pelo menos uma vez, muitas vezes sob o pretexto de “estamos praticando”, derivando várias desculpas pré-planejadas de tempos em tempos.

Deixe que eles se encontrem em sua conversa: Uma lei que se aplica a todas as mensagens é que definitivamente prestaremos atenção às mensagens que tenham algo de nós nelas. Suponha que esteja a folheando as capas de revistas em uma banca de jornais. Se você vir uma manchete que é muito relevante para você em uma das capas de revista, você recebe essa revista. Por exemplo, se estiver escrito em algum lugar da capa que há um artigo sobre "oratório", eu compro essa revista.

Da mesma forma, trazer à tona interesses comuns, ocupações, cidades natais, pensamentos ou aspectos centrais comuns das pessoas com quem se fala irá excitá-los. Para isso, o perfil do público deve ser bem conhecido. Há também pontos comuns que se aplicam a todas as pessoas. Títulos como flores, pássaros, bom tempo, verdura, sucesso, sorriso, filhos, amor, mãe, dinheiro também são recursos interessantes e úteis para todas as pessoas.

Aprecie com sinceridade: Geralmente, as pessoas não gostam de ser criticadas, mas gostam de ser apreciadas. Se olhar para as pessoas ao seu redor, mesmo que a apreciação não exagerada seja uma mentira, e o apreciado saiba disso, ele ainda se sentirá feliz. No nosso discurso e na sua introdução, devemos encontrar maneiras de apreciar os nossos ouvintes e expressar-lhes a nossa gratidão. Certamente, todas as pessoas têm qualidades para serem admiradas. Quando já se encontra apreciar, essas características reais devem ser sinceramente exploradas em vez de mentir. Não se deve esquecer que, mesmo numa escola, o professor que elogia os seus alunos é mais apreciado do que o professor que desmotiva os seus alunos.

Chame um dos públicos ao pódio pelo menos uma vez

Outro gesto que mostra que o palestrante se preocupa e valoriza o público é convidar um deles para a área de fala (palestra, palco, etc.) pelo menos uma vez.

Devem ser produzidas desculpas especiais para este trabalho usando exercícios. Porque isso fortalecerá a comunicação locutor-público, rompendo a linha nítida de inacessibilidade que pode ser vista entre o locutor e o público. De facto, se escolher um dos públicos que vê indiferença ou tédio nos seus acompanhamentos oculares durante o seu discurso, você o incluirá na conversa.

A característica mais básica e especializada de chamar a atenção de um bom discurso é se as estratégias de atenção são implementadas. Porque uma fala que não chama a atenção e é chata, independente de seu conteúdo, apresentação, voz, pronúncia, dicção, fala fluente, é uma fala que tem grande chance de ser descrita como “ruim” aos olhos dos interlocutores.

Este problema não é difícil de superar. Ao chamar a atenção, foram desenvolvidos métodos que podem manter a atividade mental em forma. Juntamente com esses métodos, deve-se prestar atenção às atividades de “movimento” descritas na seção anterior. Agora vamos olhar para as estratégias que chamam a atenção:

Faça perguntas Uma maneira que pode estimular instantaneamente as mentes e aumentar o impacto do discurso ou apresentação é fazer perguntas diretamente ao público durante a palestra. Na aplicação desse método, que também é uma técnica de ensino eficaz, faça perguntas para obter respostas sobre um conceito-chave relacionado ao assunto que está a falar. Apenas lembre-se de que a pergunta que faz deve ser uma pergunta sem conhecimento e baseada em interpretação.

Exemplo: “Quais os tópicos que acha que podem ser encontrados numa aula de oratória eficaz? Consegue adivinhar?”

Invente frases interrogativas na palestra

É claro que há diferenças entre as perguntas colocadas na narração e as perguntas diretas ao público. Aqui, para tornar o significado mais permanente e chamar a atenção, colocamos algumas frases na mensagem (especialmente aquelas que se adaptam às terminações de parágrafo na linguagem escrita) no padrão de perguntas. E ou deixamos a pergunta sem resposta ou damos a resposta nós mesmos. Quando fazemos uma pergunta direta, é nossa intenção obter uma resposta. As frases que formamos esperando respostas curtas como “sim” ou “não” às nossas perguntas também podem ser adicionadas aos exemplos de reforço na narração.

Mostrar um objeto: Mostrar um objeto ou canalizar o olhar em uma direção diferente do habitual é uma das estratégias eficazes de chamar a atenção. No entanto, deve fazer uma conexão entre o objeto que você mostra e o conteúdo semântico do seu discurso. Você chama a atenção para um objeto e diz “olhe para ele agora” sem motivo, mas essa é uma abordagem que está longe de atingir o seu objetivo e tende a ser estranha. Você pode apontar para um objeto que pegou em suas próprias mãos ou que já está no pódio, ou pode apontar o olhar para algo do lado de fora da janela ou em algum lugar no fundo do salão onde todos teriam que virar o pescoço para vê-lo. Embora também seja uma boa maneira de projetar slides em apresentações, deve-se ter cuidado para garantir que os slides não se tornem elementos dominantes na tela por longos períodos de tempo e que sejam preenchidos com gráficos ou imagens em vez de conteúdo literário. Caso contrário, terá preparado com as suas próprias mãos a sua apresentação de uma forma aborrecida.

Exemplo: “Vê aquela maçã na minha mão? Você já viu semelhantes antes. Por favor, dê uma boa olhada nele novamente. (Pausa um pouco) Sabe se, a camada alocada para as pessoas viverem na terra é uma parte tão grande quanto a casca desta maçã. Debaxo dela, ou seja, a área que constitui o núcleo da maçã, está fervendo.”

Use um Humor Equilibrado: O humor é a forma mais comum que os oradores usam para atrair a atenção. Alguns oradores, por outro lado, focam no humor como o único caminho para esse fim. No entanto, o humor deve ser usado de forma equilibrada quando se trata de falar de uma forma que não estrague sua naturalidade. Durante o seu discurso, poderá contar piadas, respostas prontas e piadas sobre o assunto de vez em quando. No entanto, devem ser usadas pequenas brincadeiras, que geralmente são reconfortantes e feitas em reuniões de amigos. Outro aspeto que é negligenciado, mas não deve ser esquecido no uso do humor, é a necessidade de não comprometer a moralidade de falar através do humor.

Brinque com o seu tom: Brincar com o tom de voz de vez em quando durante a transmissão da mensagem fortalece o nível de compreensão da mensagem. No entanto, mesmo que não seja necessário em termos de significado, o tom de voz deve ser alterado nas expressões que são enfatizadas. Por favor, faça alterações em seu tom de voz na expressão das seguintes expressões para experimentar o aplicativo:

“Essas árvores grandes e verdes, flores coloridas, o sol que te saúda todas as manhãs e todos esses seres com quem compartilhamos o universo não são suficientes para te fazer feliz?”

- **Jogue com sua velocidade de fala:** Quando as pessoas estão falando, elas geralmente falam uma média de 120-130 palavras por minuto. Alterar essa quantidade de tempos em tempos, ou seja, diminuir ou acelerar a velocidade da fala é outro método que pode ser usado para chamar a atenção. Não se deve esquecer que durante a média geral, os diferentes chamam a atenção. A monotonia deve ser evitada e as diferenças devem ser exibidas no fluxo da fala

Usar Destaques e Criar Pausas: enfatizando e criando pausas conforme mencionado anteriormente sob o título “treinar a voz e o ato de fala”; Ele pode ser usado para atrair a atenção e fortalecer o nível de compreensão durante o discurso, além de ajudar a garantir a eficácia no ato de falar. A técnica de ênfase, que é explicada como fazê-lo na seção “Som e Fala”, também pode ser realizada repetindo a frase que é dita e principalmente o significado dela é muito importante.

WHEN TO CHANGE YOUR SPEED

SLOW

- CONFUSION
- SADNESS
- IMPORTANCE
- INTRODUCTION OF NEW IDEAS



FAST

- INDICATION OF URGENCY
- EXCITEMENT
- PASSION
- EMOTION

INSTRUCTIONS FOR THE ANALYSIS OF THE AUDIENCE AND THE OPTIMIZATION OF THE SPEECH



INSTRUCTIONS

FOR THE ANALYSIS OF THE AUDIENCE

AND THE OPTIMIZATION OF THE SPEECH

COMO ANALISAR A AUDIÊNCIA

CENTRICIDADE DO PÚBLICO

Um número significativo daqueles que estudam e pesquisam sobre comunicação apontam para a necessidade de bons oradores e oradores centrados na audiência. Em outras palavras, o primeiro e único objetivo principal de fazer um discurso não deve ser influenciar o aprendizado de alguém ou provar a superioridade de alguém. A chave para um discurso bem-sucedido deve ser considerada como a transferência perfeita de uma verdade, informação ou pensamento em palavras. Estar centrado na audiência não deve significar que o orador mude suas crenças e pensamentos para obter reações apropriadas da audiência.

O que precisa ser feito é que o orador seja honesto consigo mesmo primeiro, assim como organizar a mensagem de forma necessária para atender às necessidades do público.

Neste contexto, as seguintes questões devem ser mantidas em mente ao se preparar para falar:

o Com quem estou falando?

o O que eu quero que o público saiba, acredite e faça no final da palestra?

o Qual seria a maneira mais eficaz de organizar e apresentar meu discurso para atingir esse objetivo?

As respostas às perguntas acima afetarão ou mesmo determinarão a escolha do título, determinando o objetivo específico, revelando a ideia principal e materiais de apoio, ordenando a mensagem e conduzindo o discurso.

PSICOLOGIA DO PÚBLICO

Ao assistir a uma conversa, os indivíduos às vezes prestam bastante atenção, enquanto em alguns casos não demonstram interesse na conversa. As pessoas podem ser compelidas a participar de uma conversa, mas ninguém ouve contra sua vontade, e elas podem se voltar para as negatividades de escuta exploradas nos capítulos anteriores. Aqui reside a importância da habilidade do orador. O orador deve fazer o público ouvir usando os meios e métodos necessários.

De facto, mesmo quando se presta atenção, o público nem sempre percebe a mensagem do orador. A percepção auditiva é seletiva. Deve-se notar que cada conversa contém duas mensagens. A mensagem enviada pelo orador e a mensagem recebida pelo ouvinte. O que o orador diz é necessariamente filtrado pelos quadros de referência da audiência. Em outras palavras, os determinantes do referido processo de filtragem são as necessidades, interesses, expectativas, conhecimentos e experiências dos indivíduos. Em suma, os indivíduos ouvem o que querem e não prestam atenção ao resto.

Além disso, as pessoas querem ouvir o que faz sentido para elas. Na verdade, as pessoas são egocêntricas (introvertidas). Os espectadores prestam mais atenção às mensagens que afetam ou dizem respeito a questões como seus próprios valores e crenças. Principalmente, os espectadores abordam o assunto com a pergunta “por que isso é importante para mim?”.

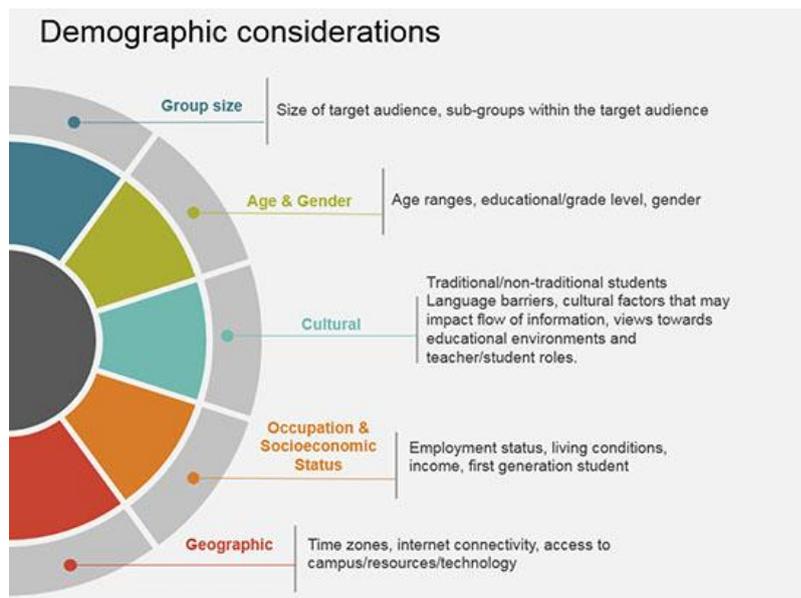
ANÁLISE DEMOGRÁFICA DO PÚBLICO

O público do orador pode diferir em termos de idade, sexo, pertencimento a um grupo, formação religiosa, origem racial, étnica e cultural, etc. A análise em termos de características visíveis é chamada de análise demográfica do público. Essa análise ocorre em duas etapas. Essas; é determinar as características demográficas gerais do público e levar essas características em consideração em um determinado ambiente de fala.

Alguns dos dados demográficos que são importantes para falar incluem:

Idade: Poucas coisas afetam tanto a aparência de uma pessoa quanto a idade. Cada geração tem certos valores e experiências que mais ou menos as diferenciam das demais. Nesse sentido, é muito importante atentar para a “média” ao conversar com grupos de diferentes faixas etárias. Se isso não for feito, é possível pegar uma parte do público e fugir completamente de outra parte.

Gênero: Homens e mulheres hoje compartilham um espectro mais amplo de experiências, interesses e aspirações. Os oradores podem ignorar certos estereótipos de raça que agora estão fora da agenda. No entanto, um ponto importante a ser lembrado é que homens e mulheres são socializados de forma diferente. Um orador inteligente está igualmente sintonizado com as diferenças e semelhanças entre os sexos. Aqui, é preciso não negligenciar o fenômeno de gênero, que significará alguns valores impostos às pessoas pela sociedade além de seu gênero natural, e suas características relacionadas.



Religião: O orador não deve sentir que suas crenças religiosas devem necessariamente ser compartilhadas pelo público. Nesse sentido, principalmente quando se trata de assuntos religiosos, o orador deve conhecer as estruturas religiosas do auditório, ainda que em termos gerais.

Filosofia de vida: Embora retire alguns de seus elementos das crenças religiosas, o tema da visão de mundo também é importante na fala porque abrange todas as dimensões de olhar e avaliar fatos e eventos sociais. Novamente, o orador não deve esperar que sua própria visão de mundo seja compartilhada pelos ouvintes e deve conhecer as visões de mundo da audiência, se possível, mesmo em termos gerais. Isso evita que certos negativos ocorram.

Estrutura Racial, Étnica e Cultural: Diferentes grupos raciais, étnicos e culturais têm tradições e crenças diferentes. Por isso, um ponto do discurso pode ser contraditório para alguns espectadores. Nesse sentido, será necessário rever as estruturas mencionadas ao falar. Composição do grupo: A estrutura dos grupos dos quais os ouvintes são membros pode, sem dúvida, dar pistas sobre quais podem ser seus interesses e atitudes.

ANÁLISE DA SITUAÇÃO DO PÚBLICO

A análise da situação do público geralmente é construída com base na análise demográfica. Este tipo de análise é a análise das estruturas visíveis da audiência que estão concretamente disponíveis no momento. Essas características incluem a multiplicidade numérica do público, as atitudes e comportamentos afetados pela combinação do ajuste físico, o ajuste do público dependendo do assunto, orador e evento.

Multiplicidade Numérica: Independente do número da plateia, o ponto que o orador deve ter em mente é que o crescimento da plateia faz com que o discurso ganhe uma estrutura mais formal.

Ajuste Físico: Em alguns casos, a perceptibilidade do público é afetada por fatores além do controle do orador.

Alguns desses fatores são os seguintes: A sala onde será realizada a palestra é pequena em relação ao público esperado, o horário da reunião e dependendo do horário da reunião, por exemplo, a palestra será feita logo antes ou depois da refeição, a incapacidade de controlar a temperatura do ambiente devido à multidão, o ambiente estar muito claro ou escuro, etc. É natural que tais negatividades afetem o público. No entanto, por outro lado, o orador deve provar ao público que não é afetado pelas referidas negatividades e situações, tanto quanto possível.

Edição de acordo com o assunto: O orador deve basicamente tomar a audiência como critério ao determinar o título. Idealmente, a escolha do tema é adequada tanto para o público quanto, claro, para o palestrante. Uma vez que o tópico foi determinado, o orador deve antecipar como o público reagirá à quantidade de detalhes que ele entrar. Além disso, o palestrante deve avaliar o interesse, o conhecimento e as atitudes do público sobre o assunto do título.

Ajuste Baseado no Orador: O público tem atitudes imediatas ou pré-formadas em relação ao orador. Prever quais podem ser essas atitudes e determinar seu impacto na fala é uma parte muito importante da análise situacional do público.

Edição Baseada em Eventos: Independentemente da situação, o público tem certos pensamentos sobre a adequação dos discursos. O orador que mina essas expectativas perde o interesse do público. Talvez o mais importante, o próprio evento determina como o discurso deve ser.

OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE O PÚBLICO

Depois de determinar o que precisa ser aprendido sobre o público, vem a questão de como aprender. Aqui, como as observações sobre o público nem sempre são suficientes, entrevistas presenciais e questionamentos são formas importantes de coletar informações.

Entrevista Presencial: Esta forma é extremamente flexível e possui uma estrutura que permitirá um questionamento aprofundado. Se planejado, estruturado e gerenciado adequadamente, é uma boa maneira de se manter informado sobre o público. encontros presenciais: Existem três tipos de entrevistas: estruturadas, semiestruturadas e não estruturadas. Cada um destes tem vantagens ou desvantagens sobre o outro.

Questionários: Os questionários são outra ferramenta que pode ser utilizada de forma eficaz na análise de audiência. Existem três tipos de perguntas nos questionários. São perguntas de múltipla escolha, perguntas de classificação e perguntas abertas. Sempre que necessário, ele deve aplicar o questionário a um grupo de controle considerado com qualificações semelhantes, para determinar se os questionários funcionarão adequadamente. Nesse teste, as questões que não funcionam adequadamente são identificadas e podem ser reconstruídas.

Seven Questions to Know Your Audience

Your presentation is all about them

1. Who will be in the room?

How many? What are they expecting?

2. What is it like to be them?

What are they experiencing? How are they feeling?

3. What's in it for them?

Why should they care? Why does your topic matter?

4. What do you want them to know?

What should they remember? What are your three key messages?

5. How do you want them to engage?

How might they participate? How can you create a conversation?

6. How might they resist?

How will they react? How will you keep their attention?

7. How will you exceed their expectations?

What methods will reach them? How will you make it memorable?



Após a análise da audiência, a estrutura dos ouvintes é determinada com muita clareza. Como usar melhor as informações obtidas durante a preparação do discurso é a chave.

Os oradores, que muitas vezes são a fonte de comunicação, identificam as características básicas do público, mas têm problemas em alinhar seus pensamentos com o público. Enquanto as pessoas estão falando sobre um assunto, elas são especialistas, elas têm dificuldade em se colocar no lugar de quem não sabe nada sobre aquele assunto. a capacidade do orador de simpatizar com os ouvintes, ou seja, de se colocar no lugar dos ouvintes; Para colocar em termos comunicativos, é uma verdadeira conquista sair da estrutura de sua própria relevância e olhar o mundo a partir da perspectiva dos outros. Na verdade, este é exatamente o processo que todo orador de sucesso deve seguir. Quando isso é feito, o orador pode ouvir a si mesmo falando com os ouvidos do público e ajustar seu discurso e fluir conforme necessário. O orador deve tentar descobrir o que o público gosta e não gosta, onde tem dúvidas e perguntas, se são necessários mais detalhes em algum momento, o que os interessa.



Além disso, o orador deve estar pronto para a reação do público em quase todos os pontos. O orador não deve se manter fechado ao feedback (feed-back), que pode ser descrito como o elemento que compõe o processo de comunicação. Pelo funcionamento saudável e correto desse elemento, o orador pode controlar constantemente seu próprio sucesso de comunicação e seguir o caminho para resolver os problemas de comunicação que surgem. Dessa forma, será garantido que o discurso atinja seu propósito, e que o discurso ocorra de forma saudável.

Além destas, o orador também deve responder às seguintes questões:

- o Como o público reage à introdução e conclusão do orador?
- o O público achará os exemplos claros e convincentes? O auxílio visual ajudará a obter pensamentos?
- o Como o público reagirá à linguagem usada?

Responder a essas e outras perguntas semelhantes significa, na verdade, identificar-se com o público. Como muitos aspectos do orador, alinhar-se com o público é realmente mais difícil do que se diz. Mas uma vez que isso é feito, o resto é fácil e bem sucedido.



BIBLIOGRAFIA:

- Akarsu, Bedia (1979) Dictionary of Philosophy Terms, Ankara: Turkish Language Institution Publications
- Alemdar, Korkmaz (1981), "History and Communication", Journal of Communication, Ankara: AITIA Gaz. and Public Relations.
- Argyle, Michael. Trower, Peter. (1979) Person to Person Ways of Communicating, London: Harper and Row Publishers,
- Baltaş Z., Baltaş, A. (1992) The Language of the Body, 2nd Edition, Ankara: Remzi Bookstore. Bate, Barbara. Bowker, Judy. (1997)
- Cooper L. Robert (1982): Language Spread: Studies in Diffusion and Social Change, Bloomington: Indiana University Press
- Cuceloglu, Dogan. (1993). Again, Human to Human, Istanbul: Sistem Publications. Dökmen, Üstün (1994):
- Eibl-Eibesfeldt, Irenaus (1979). Love and Hate (The Natural History of Behavior Patterns), New York, Holt, Rinehart and Winston.
- Eliot, T.S. (1962) Notes Towards the Definition of Culture, London: Faber and Faber Limited.
- Evliyaoğlu, Gökhan (2000):"What is Language?", Art and Literature Magazine (Thinking Man e-journal)
- Fast, Julius. (1981) Body Language, London: Pan Books, Gökberk, Macit (1980), Changing World, Changing Language, Istanbul:
- Gungor, Erol (1980), Cultural Change and Nationalism, Ankara: Customs and State Publications.
- Güvenç, Bozkurt (1976), Social and Cultural Change, Ankara: Hacettepe University Publications D-21,
- Güvenç, Bozkurt (1979). Human and Culture, Istanbul: Remzi Yay.
- Köksal, Aydın (1980) Language and Ekin, Ankara: Turkish Language Association Publications. no. 469.
- Kongar, Emre (1983) Democracy and Culture, Istanbul: Hil Publications,
- Moles, Abraham A. (1983), Social Dynamics of Culture, (Cev: NURİ BİLGİN), İzmir: Ege University Faculty of Letters Publication No: 21.
- Hall, Judith A. (1984) Nonverbal Sex Differences: Communication Accuracy and Expressive Style, OH: The John Hopkins University Press.
- Henley, N. M. (1977). Body politics: Power, Sex, and Nonverbal communication. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- İzgören, Şerif Ahmet. (1999) Attention, Your Body is Talking, Ankara: Elma Publishing House
- Leathers, Dale G. (1989) Successful Nonverbal Communication, Boston: Allyn and Bacon Inc.
- Malandro, Loretta A. - Barker, Larry - Barker, Deborah Ann., (1989) Nonverbal Communication, New York: Mc Graw Hill Inc.
- Mehrbrian, A. (1972) Nonverbal Communication, Chicago: Aldine Atherton, Inc. Mehrbrian, A. (1989)
- Pease, Allen. (1990) Body Language, London: Sheldon Press, Piaget, J. (1999) Mental Development in Child, Istanbul: Cem Publisher.

SELF-ASSESSMENT PSYCHOLOGICAL TEST FOR THE EVALUATION OF ANXIETY AND PHOBIA



SELF-ASSESSMENT PSYCHOLOGICAL TEST

FOR THE EVALUATION OF ANXIETY AND PHOBIA

🚩 O MEDO DE FALAR EM PÚBLICO

No entanto, essa disciplina, em algumas pessoas, encontra um grande obstáculo: o medo de falar na frente de uma plateia.

Ao falar em público, a maioria das pessoas reage com altos níveis de excitação, devido ao esforço envolvido na gestão cognitiva da informação (recuperação de informação, relacionar alguns elementos a outros, etc.), na verbalização do conteúdo, no controle da voz, na manutenção de um desperdício de recursos (energia, atenção, etc.), por muito tempo.

Esse conjunto de fatores é o que é vivenciado como nervosismo e medo do palco. Quem conhece as artes cênicas conhece muito bem esse medo. Ao contrário dos atores de teatro, que podem aliviar a ansiedade focando no personagem a interpretar e no roteiro, essas técnicas não são aplicáveis quando se fala em público em outras circunstâncias, pois uma das premissas de um bom orador é ser ele mesmo.

O nome técnico da fobia de falar em público é glossofobia, termo que deriva da união dos termos de origem grega "glossa", que se traduz como "linguagem", e "fobia" (medo) e é um transtorno de ansiedade específico em que a pessoa experimenta o medo da ação de falar em público.

Embora seja bastante natural sentir um certo nervosismo ou medo quando temos que falar na frente de muitas pessoas, na glossofobia a pessoa experimenta, em tais situações, um medo excessivo, irracional e incontrolável. Esse medo exacerbado faz com que a pessoa experimente níveis anormalmente altos de ansiedade sempre que precisa falar em público, então ela sempre tende a evitar essas situações.

Muitas vezes, mas não necessariamente, a glossofobia faz parte de uma fobia social muito mais ampla. Além disso, existem diferenças essenciais entre esses dois tipos de fobias: ao contrário da fobia social, para a qual a pessoa expressa um medo excessivo de praticamente qualquer tipo de socialização, a glossofobia é uma fobia situacional que ocorre apenas no contexto específico de ter que falar com um público.



Além disso, algumas características distinguem um medo fóbico de um medo normal:

- o é excessivo, considerando o perigo real da situação.
- o é irracional: a pessoa é incapaz de dar uma explicação lógica ao seu medo.
- o é incontrolável: o sofredor não consegue controlar o medo ou as reações que provoca.
- o persiste ao longo do tempo e em várias situações.

Além disso, no caso da glossofobia, a resposta de ansiedade que a pessoa experimenta é tão alta que é completamente impossível falar em público, a ponto de desmaiar se for forçado a fazê-lo. A consequência é uma tentativa de evitar essa situação, que pode interferir no trabalho ou na vida acadêmica, pois é muito provável que, mais cedo ou mais tarde, o problema tenha que ser enfrentado.



Que sintomas apresenta?

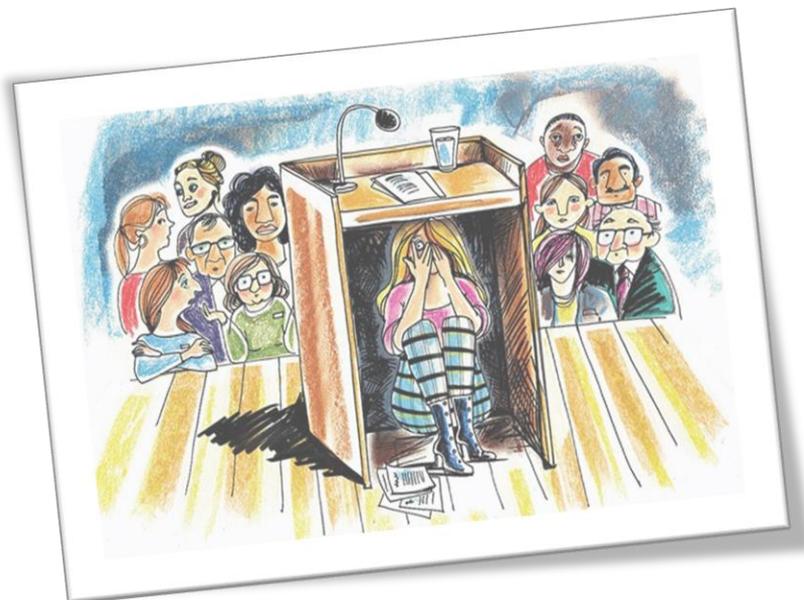
Como mencionado acima, a glossofobia é um transtorno de ansiedade, portanto, os sintomas respondem a um quadro clínico típico desse tipo de condição. Isso significa que a pessoa com glossofobia exposta à situação de ter que falar em público experimentará uma resposta de ansiedade extrema. Às vezes, o medo de ter que falar na frente de várias pessoas é tão intenso que a reação de ansiedade pode se manifestar apenas imaginando a situação.

Embora cada pessoa possa experimentar sintomas diferentes e com intensidade diferente, os sintomas que distinguem a glossofobia e outras fobias ocorrem em três categorias diferentes: sintomas físicos, sintomas cognitivos e sintomas comportamentais.

Sintomas físicos: Quando a pessoa enfrenta ou imagina ter que lidar com o estímulo fóbico, neste caso falar em público, ocorre uma hiperatividade do sistema nervoso central que provoca muitas alterações e distúrbios no organismo.

Esses sintomas incluem:

- o Aumento da frequência cardíaca.
- o Aumento da frequência respiratória.
- o Sensação de falta de ar ou asfixia.
- o Tonturas ou vertigens.
- o Náuseas e/ou vômitos.
- o Aumento da sudorese.
- o Tremores.
- o Distúrbios gástricos.
- o Confusão.
- o Fraqueza.
- o Sensação de irreabilidade.



Sintomas cognitivos: Os sintomas físicos são provocados e acompanhados de sintomatologia cognitiva que se distingue por apresentar uma série de crenças e ideias irracionais sobre coisas que podem acontecer quando a pessoa fala em público.

Idéias como que você será humilhado, que você não estará à altura da tarefa ou que outras pessoas notarão a ansiedade que sente são pensamentos muito recorrentes que invadem a mente das pessoas com glossofobia. Esses sintomas cognitivos se manifestam através das seguintes ideias ou pensamentos:

o Ideias intrusivas, involuntárias e incontroláveis sobre possíveis cenários que podem ocorrer enquanto a pessoa está falando na frente de uma plateia.

o Especulação obsessiva sobre a ação temida.

o Imagens mentais de natureza catastrófica.

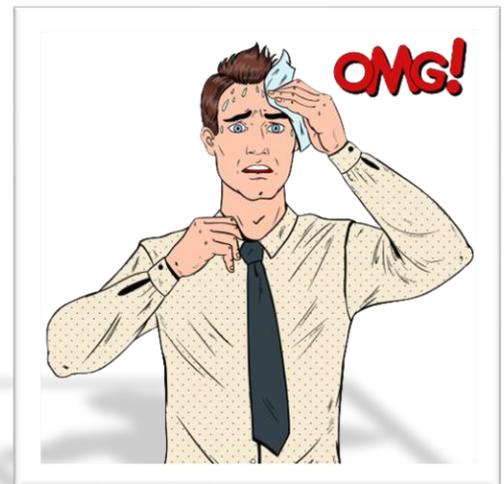
o Medo de perder o controle e não saber como lidar adequadamente com a situação.

Sintomas comportamentais : Finalmente, esses sintomas acompanham e se manifestam por meio de uma série de sintomas comportamentais que se manifestam como resposta ao estímulo ou situação aversiva, comportamentos destinados a evitar essa situação ou fugir, como inventar doenças repentinas ou compromissos improváveis.

Quais são as causas?

Em muitos casos, é praticamente impossível determinar a origem específica de um medo fóbico, pois a própria pessoa é incapaz de lembrar ou determinar o que o causou. No entanto, na maioria das fobias, uma predisposição genética aos efeitos do stress e da ansiedade, juntamente com a vivência de experiências traumáticas ou de intensa carga emocional e relacionadas ao estímulo temido, são o terreno fértil perfeito para o desenvolvimento de uma fobia.

Falar em público é uma habilidade necessária no dia a dia, desde uma apresentação em um evento até uma entrevista de emprego e, visto que para muitos é um momento extremamente ansioso, é importante buscar uma forma de amenizar o problema. Não é por acaso que a Comissão Europeia, tanto com os programas Erasmus+ como no programa Horizonte 2020, principal instrumento da União Europeia para o financiamento da investigação e inovação na Europa, financie uma grande quantidade de investigação de várias formas relacionadas com a oratória.





Este capítulo tem como objetivo ensinar algumas técnicas e métodos para lidar efetivamente com a fobia de falar em público e consiste em exercícios específicos que você pode colocar em prática rapidamente. Agrupamos os exercícios em termos de dificuldade e praticidade para que você possa se familiarizar com os métodos um pouco de cada vez.

ENTENDENDO A FOBIA DE FALAR EM PÚBLICO

A fobia de falar em público faz parte de um dos medos mais comuns segundo as estatísticas: é a fobia social. Antes de começar a avaliar algumas técnicas para lidar com o tratamento adequado, deve se perguntar sobre o estado atual antes de realmente entender se é um problema arraigado e estável ou um hábito negativo que pode ser facilmente contornado.

As fobias sociais, das quais faz parte a fobia de falar em público, são todos aqueles medos persistentes que têm como objeto o desempenho social: falar com alguém, apresentar-se em público, apertar as mãos, ter relacionamentos. Se vivenciados de forma persistente, com sensação de hiperativação, podem ser “sinais de alarme” a serem levados em consideração.

De acordo com John W. Barnhill, do Hospital Presbiteriano de Nova York, as fobias sociais têm uma prevalência de fobias sociais de 9% em mulheres e 7% em homens, incluindo apenas distúrbios com duração de 12 meses, mas a prevalência durante um período de toda a vida pode ser até 13%. A fobia social, portanto, afeta quase uma em cada dez pessoas.

Entre estes, é muito provável que a maioria diga respeito também à apresentação em público. A maioria das pessoas acha mais difícil falar em público, talvez na frente de centenas de pessoas, do que falar com um indivíduo a quem podemos prestar a maior atenção e que, até certo ponto, mantemos mais sob controle.

No entanto, precisamos esclarecer porque às vezes tendemos a superestimar algumas condições psicológicas e seu peso em nossa vida social, simplesmente porque promover mudanças é muito cansativo.

Em outras palavras, uma condição psicológica também pode se tornar um alibi conveniente para permanecer na zona de conforto.

Aprender coisas novas muitas vezes é complexo e leva a uma mudança radical de hábitos, pode envolver o risco de fracasso e às vezes não estamos dispostos a aceitá-lo.

Aqui estão alguns elementos que podem ajudá-lo a entender quanto exercício você fará para superar o medo de falar em público:

➤ Elemento 1 - Quantas vezes já falou em público?

Muitas das pessoas que têm medo de falar em público têm uma repulsa tão forte que quase nunca experimentam falar em público. A evitação de situações relacionadas a discussões públicas, no entanto, apenas reforça o problema. Quanto maior o medo, mais forte será a evitação. E toda vez que evita falar em público, na verdade reforça a crença de que é uma tarefa complexa. No entanto, pode não ser. Especialmente se enfrentarmos a tarefa um pouco de cada vez. Mas toda a vez que evita falar em público, na verdade está a reforçar a ideia de que é algo difícil.

Mas como pode dizer se esta é uma tarefa difícil sem nunca tentar? Se não tentar falar em público pelo menos uma vez, não pode saber. O paradoxo é que não pode experimentar as dificuldades reais de uma tarefa se nunca tentou. Poderíamos dizer, por outras palavras, que o medo de falar em público é antes de tudo o medo de começar a falar em público. É por isso que muitas vezes falamos sobre ansiedade antecipatória.

Se nunca falou em público, recomendo que comece com grupos muito pequenos, mesmo começando a falar na frente de 3 ou 4 pessoas e depois continue com grupos cada vez maiores.

➤ Elemento 2 - Riscos existem, mas eles não são o que pensa que são

As pessoas que têm medo de falar em público, temem alguns aspetos em particular. O medo é uma emoção que indica a percepção de risco físico ou psicológico. Acho que todos podemos entender-nos sobre o risco físico, diante de um estímulo que pode causar uma lesão física há pouca variabilidade, as pessoas têm opiniões comuns, parecidas. Um carro com freios quebrados é um perigo para quem o dirige e para os outros. Pode ser um leão ao atacar-nos, pode ser um pára-quadras com defeito de fabricação. Em todos os casos, estas são condições que podem criar lesões físicas permanentes ou mesmo fatais.



O risco psicológico, por outro lado, é diferente, pois neste caso não há uma lesão física inequívoca causada por esse risco, mas algumas percepções, absolutamente variáveis de pessoa para pessoa.

Mesmo as implicações psicológicas são diferentes de pessoa para pessoa. Tomemos o caso de um desastre ambiental. No caso de um terremoto, tornado ou qualquer outro desastre natural, as pessoas estão expostas a um grande número de riscos, que incluem a perda de suas casas, recursos econômicos ou até mesmo entes queridos.

Embora neste caso as pessoas estejam expostas a um risco semelhante (desastre ambiental), no entanto, as respostas traumáticas do ponto de vista psicológico não são observadas em todas as pessoas, mas as pessoas reagem de maneira diferente ao mesmo estímulo.

As pessoas têm diferentes níveis de resiliência e capacidade de gerir eventos stressantes e são sensíveis de diferentes maneiras a estímulos que podem nos prejudicar física e psicologicamente.

No entanto, nossa mente reage de maneiras muito semelhantes. A atividade cerebral também é semelhante no medo físico e psicológico. Há coisas absolutamente arriscadas pelas quais não sentimos grande medo e certamente contextos seguros que envolvem grande risco. Em outras palavras, o risco é antes de tudo uma percepção e é nisso que precisamos trabalhar

➤ Elemento 3 - O risco é uma percepção

A partir da década de 1970, a Psicologia Social passou a estudar o conceito de risco em um perfil psicológico. Essencialmente, pesquisas feitas anos antes haviam refutado um dos axiomas fundamentais do estudo da mente humana e da tomada de decisões.

Intuitivamente, muitos de nós pensamos que estamos tomando decisões com base em custo e benefício, como se fôssemos calculadoras de decisão exatas. Mesmo no estudo do comportamento econômico, principalmente os estudiosos assumiram que essencialmente as pessoas calculam custos e benefícios nos cenários que enfrentam e decidem de acordo, assumindo conscientemente riscos e benefícios de tempos em tempos.

Ainda assim, à medida que expandimos nossa visão, percebemos quantos fatores de subjetividade estão presentes em cada caso. E a psicologia do risco nos ensina muitos paradoxos.

Um paradoxo - As pessoas não são muito precisas em definir as probabilidades de definir riscos reais. Um estudo de psicologia social da década de 1970 descobriu que as pessoas percebem que o risco de ser atacado por um tubarão é muito mais provável do que o real (quase todos nós não encontramos tubarões comumente). Estatisticamente, é muito mais provável que morra de cocos caindo. Mas ninguém tem medo de beber debaixo de uma palmeira. Este fenômeno é explicado simplesmente porque naqueles anos o filme "O Tubarão" era muito conhecido, o que realmente representava seu perigo. Embora fosse uma história imaginária, muitas pessoas tinham essa imagem na memória de forma marcante.

Em outras palavras, o tubarão atacando o homem era uma imagem muito marcante na memória. Nossa mente, quando precisa estimar a probabilidade de risco, acessa sua própria memória e evoca imagens mentais ligadas a esse risco. Se acha fácil imaginar um certo tipo de risco porque já está presente em sua memória, tende a estimar que aquele evento é arriscado. Não importa se o evento é real ou imaginário: se for acessível à memória, sua mente o considerará provável. E assim, torna-se natural entender o quanto nossa imaginação pode jogar a favor ou contra. Considere que, pelo medo de falar em público, em muitos casos, falamos de eventos imaginários, elementos que ocorrem antes de tudo em nossa mente. No entanto, especialmente naqueles que têm medo de falar em público, eles não são baseados em casos reais. Imaginar constantemente o fracasso faz com que você se concentre nos elementos de risco, enquanto imaginar constantemente os elementos de sucesso facilita os automatismos que o guiam para o sucesso.

Há 3 coisas que deve aprender:

O Deve incluir um estilo de pensamento otimista. Não há sérios efeitos perigosos de falar em público. As pessoas temem falar em público essencialmente porque temem perder sua reputação, causando uma má impressão em seu conteúdo. Mas esse é um risco limitado, ou melhor, é preciso se preparar nos mínimos detalhes.

O No entanto, também deve ter uma visão realista. Não acredito nessa psicologia positiva em que qualquer coisa vai dar certo e positivamente em qualquer caso. O otimismo cego pode levá-lo a cometer erros. Existem riscos, mesmo fatores intervenientes, alguns deles podem ser amplamente evitados, se você não os antecipar, eles realmente correm o risco de impactar seu desempenho.

O Deve evitar ter uma visão perfeccionista. A perfeição não existe e há ainda menos no caso de falar em público. Ao falar em público, depara-se com pessoas diferentes com visões e necessidades diferentes. O seu discurso pode agradar a todos, mais ou menos, mas não perfeitamente a todos. Se os seus padrões forem inatingíveis, ficará sempre insatisfeito com o seu discurso em público.

Glossophobia or the Fear of Public Speaking refers to a form of anxiety, uneasiness & mental discomfort that occurs while speaking aloud in front of others in a group situation.

Some Tips to Overcome It

-  Recognize your fear
-  Practice and Prepare in advance
-  Practice in front of a mirror
-  Record your speech & observe
-  Seek professional help
-  Dress well and wear a smile
-  Exercise and practice breathing
-  Know your audience
-  Watch your tone and speed
-  Turn off the lights
-  Prepare possible questions
-  Practice in front of another person or group



As notícias que produzimos, partilhamos e comentamos todos os dias podem não ser confiáveis [1]. A web permitiu que a informação ultrapassasse muitas fronteiras, mas ao mesmo tempo cada vez menos verificações são feitas sobre a qualidade e veracidade das informações que circulam na rede.

Antigamente, jornais, rádio e televisão contribuía para informar o público, orientá-lo e orientá-lo na construção de uma opinião. Hoje, no entanto, a maior contribuição é dada pela web e pelas mídias sociais: elas permitem que a informação esteja disponível em qualquer lugar, a qualquer hora, de várias fontes e permitem que os próprios usuários comuniquem notícias. Isso levou a uma superlotação de informações. Muitas informações são falsas com o risco de que, ao invés de fomentar o conhecimento, gere confusão, desinformação e comportamentos que podem ter consequências negativas para os indivíduos ou para toda a comunidade. Isso aumentou a circulação de notícias falsas: as pessoas não têm ferramentas eficazes para sua avaliação crítica e as instituições não são capazes de impedi-las efetivamente [2].



Na era da pandemia, a circulação de notícias falsas na mídia aumentou, mas mesmo pouco antes, o conteúdo de informações médicas e científicas enganosas que circulavam na mídia era alto: a desinformação em saúde era prevalente em estudos sobre produtos para fumar e drogas como opióides e maconha (onde as postagens com desinformação chegaram a 87% em alguns estudos). A desinformação em saúde sobre vacinas também foi muito comum (43%), sendo a vacina contra o vírus do papiloma humano a mais afetada. A desinformação em saúde relacionada a dietas ou tópicos de transtorno alimentar foi moderada em comparação com os tópicos acima (36%). Estudos com foco em doenças (tanto doenças não transmissíveis quanto pandemias) também relataram taxas moderadas de desinformação (40%), especialmente no caso do câncer. Por fim, os níveis mais baixos de desinformação em saúde foram relacionados a tratamentos médicos (30%). A prevalência de desinformação em saúde foi maior no Twitter (relacionada a produtos e medicamentos para fumar).

Nos últimos anos, muita atenção tem sido colocada em plataformas sociais como Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram para aumentar o envolvimento social com a informação científica. Em decorrência do aumento da circulação de notícias científicas nas plataformas sociais, deve-se sempre questionar se todas as informações postadas são precisas, atingem o público adequado e são eficazes na promoção do envolvimento do usuário.

A prática de estimular o interesse público pela ciência e estimular a discussão e a reflexão sobre temas científicos é referida à divulgação científica. Mais especificamente, a definição contemporânea é “o uso de competências, media, atividades e diálogo apropriados para produzir uma ou mais das seguintes respostas pessoais à ciência: consciência, prazer, interesse, formação de opinião e compreensão”.

A comunicação científica ao público sempre foi atribuída aos cientistas [3]. Embora sejam treinados em metodologias de pesquisa, procedimentos analíticos e possuam excelentes competências de comunicação com outros cientistas, do ponto de vista da comunicação pública existem muitas deficiências. Os cientistas não recebem nenhum treinamento explícito na comunicação de conceitos científicos para um público composto por pessoas comuns. Ao longo dos anos, uma maior especialização na área educacional está associada a uma maior dificuldade de comunicação com não cientistas.

O público precisa ser capaz de entender a ciência para formação de opinião e conscientização na tomada de decisões. Os cientistas desempenham um papel fundamental nesse processo, pois a comunicação deficiente pode contribuir para a desconfiança e a incompreensão dos cientistas e de suas pesquisas. A comunicação científica afeta o processo decisório das pessoas comuns, mas também contribui na dinâmica política e governamental de regulação e financiamento. Infere-se que comunicar noções científicas ao público não é nada trivial.

A comunicação eficaz requer uma compreensão do seu público [4]. Ogawa descreveu três tipos de comportamento que o público se envolve em relação à ciência. O primeiro tipo refere-se a uma pessoa que compreende conscientemente a ciência (alfabetização científica versus analfabetismo científico). O segundo tipo de comportamento está relacionado a um aspecto mais emocional e é típico de uma pessoa que apoia a ciência (uma posição pró-ciência ou anti-ciência). O terceiro tipo de comportamento é a crença ideológica de que o conhecimento científico é a única forma válida de conhecimento a ser usada em qualquer contexto (pró-cientismo ou anticientismo). Em suma, Ogawa argumenta que a atitude das pessoas em relação à ciência será influenciada pelo comportamento que mais escolherem adotar. Portanto, a comunicação científica eficaz deve buscar influenciar as pessoas a adotar um dos dois primeiros comportamentos, pois são eles que mais influenciam sua receptividade e engajamento com a ciência.



Desenvolver a capacidade de comunicar eficazmente o conhecimento científico ao público requer atenção especial à linguagem. Os cientistas são frequentemente criticados por não usarem uma linguagem menos técnica. Por exemplo, os neurocientistas podem supor que palavras como "neurônio" ou "sinapse" são de conhecimento comum, quando na verdade a maioria das pessoas não tem uma definição clara desses termos. Além disso, palavras como "proteína" têm significados diferentes na linguagem cotidiana (por exemplo, shakes de "proteína") do que em um contexto biológico. As lacunas entre o que os cientistas acreditam que o público em geral sabe e o que o público realmente sabe podem ser superadas pelo refinamento dessas competências de comunicação no treinamento de cientistas.

A comunicação científica ao público deve ser mais reconhecida e valorizada por instituições, como universidades, organizações científicas e órgãos de fomento à pesquisa [5]. A introdução de incentivos simbólicos, como um prêmio, pode estimular o interesse dos cientistas em se comunicar com o público e permitir que todos os aspectos do processo de comunicação sejam aprimorados. Ou quando os pesquisadores são selecionados, um dos critérios de avaliação pode ser justamente a atividade de comunicação.

A falta de formação em comunicação científica acentua o fosso entre a vontade dos cientistas de comunicar eficazmente com o público e a sua inatividade nesta frente. Comunicar-se com jornalistas ou através das redes sociais não é uma atividade trivial: requer treinamento efetivo e prático. Universidades e organizações devem integrar em seus currículos horas de palestras e workshops interativos que sejam úteis para desenvolver uma familiaridade com a comunicação de conhecimento científico eficaz.

Notícias científicas imprecisas circulam principalmente online, nas Mídias sociais e por meio de serviços de mensagens, independentemente de serem distribuídas estrategicamente ou inadvertidamente. Às vezes, as controvérsias públicas sobre a incerteza de alguns resultados criam muita confusão e são mais propícias à disseminação de desinformação. Os provedores das plataformas informáticas onde circulam notícias falsas devem investir mais em pesquisas interdisciplinares, especialmente na combinação de ciência da computação e ciências sociais, a fim de desenvolver ferramentas úteis para combater a desinformação.

A comunicação científica abrange muitas questões. Todos os dias recebemos notícias sobre alimentos, produtos farmacêuticos, ensaios clínicos, mudanças climáticas, etc. Estudiosos que discutem publicamente essas questões às vezes enfrentam ataques pessoais. Eles devem receber apoio de sua organização, mas ao mesmo tempo o apoio da comunidade científica é importante. Eles precisam receber treinamento profissional abrangente em divulgação científica e apoio jurídico, se necessário, e apoio social e psicológico de colegas.

Organizações científicas, universidades e associações disciplinares devem organizar cursos de formação, workshops e fóruns envolvendo não apenas acadêmicos e cientistas com anos de experiência, mas também cientistas iniciantes. Essas atividades são necessárias para poder enquadrar quais são as percepções, visões, preocupações e prioridades da sociedade em relação à pesquisa. Essas atividades educativas podem ser mais funcionais se forem incluídos diversos atores sociais, como ONGs, organizações de pacientes, sindicatos, movimentos sociais, etc.

As publicações científicas são uma das ferramentas fundamentais para a informação pública. São bastante acessíveis e fornecem informações corretas utilizadas no contexto de uma comunicação científica eficaz. A maioria das pessoas não sabe que a publicação de um artigo sobre pesquisa científica e seus resultados não é imediata. Pode levar até meses antes que um artigo seja publicado. Além disso, você deve estar ciente de que é mais difícil publicar pesquisas se os resultados da pesquisa forem negativos ou se você não encontrar nenhuma evidência. Isso é contraproducente porque a comunidade científica e o público não entram em contato com todos os aspectos da fase experimental, ou seja, o processo de pesquisa, os métodos e a incerteza dos resultados. Todas as variações possíveis das fases experimentais e seus resultados devem ser comunicados para que haja uma divulgação científica efetiva, independentemente de serem resultados positivos ou negativos. A comunicação científica deve ser útil para desenvolver um sentido crítico no público: desenvolve-se graças à ajuda da comunidade científica que orienta o público na avaliação das várias hipóteses e na dedução da melhor interpretação dos resultados.

Outra proposta igualmente válida é incluir um curso de comunicação científica em um programa de ciências básicas e ensinar os conteúdos dos dois cursos em paralelo. Se o objetivo é dotar os futuros cientistas de competências e habilidades de comunicação úteis, é necessário realizar exercícios focados na exposição efetiva de conceitos científicos a um público composto por pessoas normais. Tornar essa atividade obrigatória, em vez de opcional, poderia estimular o interesse dos alunos e os resultados seriam melhores. Ensinar competências de comunicação no início da educação é benéfico porque enfatiza o conceito de que é importante desenvolver competências de comunicação em paralelo com raciocínio científico e competências de pesquisa.

Do ponto de vista prático, preparar uma boa apresentação oral é crucial, pois o objetivo principal é fascinar o público, mas ao mesmo tempo transmitir a mensagem científica correta [6]. As apresentações orais geralmente permitem transmitir muito conhecimento científico. A duração das apresentações orais tem uma grande variabilidade: podem durar 5 minutos ou horas de discurso. A apresentação gráfica, de áudio ou vídeo melhora muito a qualidade da apresentação oral. Pode parecer supérfluo, mas uma apresentação com slides melhorará a compreensão da mensagem, principalmente se estivermos nos dirigindo a um público normal. As apresentações orais são baseadas no aprendizado visual e verbal, portanto, deve haver uma compreensão clara da mensagem. A desinformação é principalmente uma má interpretação de dados científicos, causada às vezes por um mal-entendido no processo de comunicação.

Incluir na apresentação um vídeo curto relacionado ao tema é considerado uma estratégia vencedora: sabe-se há muitos anos que a comunicação visual é muito eficaz, pois um vídeo curto tende a atrair a atenção do espectador, promovendo um excelente aprendizado em termos qualitativos e quantitativos.

O primeiro passo para preparar uma apresentação científica eficaz é fazer um brainstorming sobre o tema e os elementos-chave que precisam ser abordados. Às vezes é necessário preparar um cartaz que ilustre todos os pontos-chave do discurso que será feito é importante conhecer o público e seus antecedentes, para adaptar a complexidade da apresentação de acordo com o público. O segundo passo é usar referências científicas recentes e sempre fazer referência a elas na apresentação.

Em relação ao aspecto gráfico, existem algumas regras gerais que podem ser utilizadas com segurança também para apresentações científicas. Esses incluem:

- o Evite certos tipos de letra (Jokerman, Comic Sans).
- o Respeite as combinações de cores (não use cores complementares juntas);
- o Use cores brilhantes para destacar os principais aspectos.
- o Escolha no máximo dois tipos de letra para sua apresentação.

O medo de falar em público é conhecido por ser uma das fobias sociais mais comuns. É um grande obstáculo para a comunicação oral, impactando na clareza da fala. Além disso, essa fobia pode piorar quando a apresentação oral precisa ser feita em outro idioma. Felizmente, existem algumas técnicas que podem ser usadas para reduzir os efeitos da ansiedade. Fazer apresentações curtas na frente de colegas ou colegas pode ajudar a superar esse medo. Participe de clubes de ciências onde você tem que escolher um trabalho de pesquisa e apresentá-lo na frente de seus colegas. Outra técnica eficaz é a auto-visualização. Consiste em simular mentalmente todas as etapas da apresentação, desde a sua preparação até o seu resultado. A visualização dos resultados (perguntas, questões materiais) torna a pessoa que deve apresentar-se consciente e pronta para quaisquer perguntas que possam ser feitas. A prática não leva à perfeição, mas melhora as competências.

Em conclusão, podemos afirmar que o papel da comunicação científica na sociedade é muito importante. A comunicação científica deve ser estabelecida como uma disciplina educacional e financiada por instituições, a fim de reduzir a desinformação e tentar materializar um público consciente, informado e educado.

TÉCNICAS PARA SUPERAR O MEDO DE FALAR EM PÚBLICO

Ao longo da história, o tratamento das fobias foi abordado de diversas formas: uma das primeiras formas de intervenção foi a eletroconvulsoterapia, recurso terapêutico não farmacológico utilizado nas décadas de 40 e 50. Esta técnica foi aplicada pela primeira vez em 1930 e consistia em aplicar brevemente uma corrente de 70 a 150 volts na cabeça do paciente, resultando em perda de consciência. Os pacientes foram sedados com relaxantes musculares antes da aplicação da corrente para reduzir a intensidade das contrações musculares; este tratamento consistiu em 10 sessões espaçadas ao longo do tempo[4].

Surgiu então a abordagem farmacológica em que se recomendava o uso de antidepressivos e tranquilizantes para reduzir a frequência cardíaca e os sintomas de palpitações[5]. Embora os ansiolíticos apresentem pouco risco, existem vários efeitos colaterais graves, como fadiga, dependência, sonolência; além disso, quando misturadas com qualquer álcool, essas drogas podem ser tóxicas para o organismo. Por outro lado, drogas que mascaram os sintomas de ansiedade podem esconder problemas fóbicos. Consequentemente, a abordagem farmacológica não ajuda a lidar com os problemas subjacentes do medo.

A melhor maneira de entender se você realmente tem fobia de falar em público, uma condição verdadeiramente bloqueadora, seria contar com um profissional qualificado para a avaliação da psicopatologia, ou seja, o psicólogo. O psicólogo, por meio da análise clínica, pode realmente entender se e até que ponto a condição de fobia é uma condição real, ou se você só precisa se familiarizar com o público e aprender a falar em público, superando uma incerteza inicial.

Agora, vou mostrar alguns dos critérios para definir fobias, com base nos manuais mais utilizados em psicologia para fins de diagnóstico, mas cuidado, sempre é necessário um profissional qualificado para fazer uma avaliação completa. É uma experiência comum dos estudantes de psicologia ler livros-texto inteiros de psicodiagnóstico e encontrar-se em muitos dos distúrbios descritos. Mas isso não significa que você pode ser diagnosticado com qualquer doença. Muito simplesmente, quase todos nós às vezes temos comportamentos semelhantes aos representados nos transtornos, mas muitas vezes são limitados, não incapacitantes, não impactando em áreas fundamentais de nossa vida (por exemplo, relacional, emocional, de trabalho, etc.).

Encontrar-se em algumas das descrições, em algumas circunstâncias, não corresponde a ter um transtorno, nem mesmo a ter uma condição subclínica. Simplesmente, cada um de nós tem alguns traços que tendem a certas classes diagnósticas e, enquanto um estado não for completamente incapacitante, certamente não podemos falar de uma condição patológica.

Portanto, convido você a ler essas informações com atenção e apenas para fins informativos. E se você se encontra fortemente em todos os aspectos, aconselho que avalie a situação junto com um psicólogo para abordar a condição com tratamento. Especialmente se você for repetidamente solicitado a falar em público, uma fobia nesse sentido pode ser incapacitante.

Vemos abaixo os critérios diagnósticos do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-5) sobre fobia social, do qual a fobia de falar em público é uma versão específica.

O Medo ou ansiedade em relação a contextos sociais, em que se é “analisado” por outros, é marcante e duradouro, e dura mais de 6 meses;

O As mesmas situações sociais, no nosso caso o medo de falar em público, quase sempre causam medo ou ansiedade;

O A pessoa com fobia de falar em público evita ativamente a situação;

O O nível de medo ou ansiedade é desproporcional ao risco real (considerando também que existem diferenças culturais);

O A fobia de falar em público, ansiedade ou evitação de situações causam sofrimento significativo e comprometem o funcionamento social e laboral;





Como a glossofobia pode ser altamente incapacitante, as pessoas que sofrem com isso são fortemente aconselhadas a consultar um especialista em psicologia ou saúde mental. Felizmente, alguns tratamentos podem reduzir significativamente a intensidade dos sintomas e até mesmo eliminá-los.

Um percurso psicoterapêutico, que pode basear-se em várias orientações teóricas, através de várias sessões, pode ajudar a ultrapassar o medo de falar em público, identificando, se for o caso, e também trabalhando as causas profundas do mal-estar.

Além da terapia individual clássica, outro tipo de abordagem possível é o centrado no grupo, para trabalhar de forma otimizada as dificuldades de exposição social ou com foco total no gerenciamento de tarefas, como em oficinas de oratória, onde são treinadas competências sociais, estratégias a serem seguidas são recomendado ao fazer um discurso e praticar na frente de uma pequena platéia para perder gradualmente o medo.

O método fundamental para lidar com o medo é certamente a técnica de exposição gradual. A pessoa é convidada a se familiarizar com o estímulo fóbico um pouco de cada vez. Ao se familiarizar gradualmente com o estímulo que induz o medo, o medo é reduzido. É como um vício em uma substância. Podemos gradualmente nos acostumar a uma condição que pode realmente ser desafiadora. Então, teoricamente, poderíamos enfrentar a tarefa de falar em público um pouco de cada vez, aprendendo a falar primeiro na frente de 5-6 pessoas, depois em grupos de 20 ou 30 e, finalmente, para grandes audiências.

Mas há um problema: nem sempre podemos organizar as apresentações como queremos. Muito mais frequentemente, a atividade de falar em público é comissionada externamente e, nestes casos, não podemos controlar que a exposição ao contexto seja gradual. Somos simplesmente solicitados a falar na frente de uma platéia, sobre um tópico, em um determinado contexto e de certas maneiras. Por esse motivo, existem muitas adaptações de técnicas de exposição que vão te ajudar a lidar com o problema de forma diferente, vários truques que você pode colocar em prática para lidar com esse medo.

Existem também muitas outras técnicas em psicologia, que têm nomes diferentes, mas que se baseiam em um princípio muito semelhante: expor-se ao vivo, ou através da imaginação, a um problema. Neste parágrafo veremos as técnicas específicas, entendendo-se que a melhor abordagem para resolver completamente o problema é a consulta com um psicólogo.

➤ Dessensibilização sistemática

No referencial teórico da terapia cognitivo-comportamental (TCC), Wolpe propôs uma das técnicas mais eficazes para o tratamento de fobias que é a dessensibilização sistemática entendida como "procedimento de extinção com exposição do paciente ao estímulo fóbico"[6].

As técnicas de exposição consistem em abordar, sistemática e intencionalmente, situações ou estímulos internos que geram ansiedade ou outras emoções negativas e/ou provocam o impulso

agir. A pessoa deve “ficar” na situação e lidar com o estímulo interno até que a emoção ou impulso seja significativamente reduzido.

É uma forma de condicionamento através da exposição gradual ao estímulo que causa a fobia.

➤ A terapia de exposição tem três elementos mínimos:

o **Exposição sistemática**. Consiste em entrar deliberadamente em contato com os estímulos que produzem a resposta ansiosa, mas sem consequências negativas.

o **Representação do estímulo.** O estímulo assustador deve estar presente ou representado de alguma forma. A apresentação pode ser feita de forma real (in vivo), virtual, narrativa ou imaginária.

o **Exposição repetida e prolongada.** A exposição é repetida por várias sessões e por períodos prolongados em cada uma das sessões.

Para aplicar este método, é necessário primeiro identificar a categoria de estímulos e contextos que geram ansiedade (no nosso caso, apresentações em público). Em seguida, é necessário fazer um ranking de todos os sub-exemplos de apresentação pública, do mais fraco ao mais forte. Mesmo o mais fraco deve realmente produzir uma reação.

Portanto, se você pensar em contextos de apresentação pública, deve classificar a condição menos pela qual sente ansiedade. Se, por exemplo, conversar com 3 pessoas em uma reunião não lhe causa ansiedade (na verdade, é muito parecido com falar com uma única pessoa), você não deve colocá-la na sua lista. Se, por outro lado, também é apenas conversar com uma única pessoa que gera ansiedade, você deve incluí-la na escala de ansiedade, para poder começar pelas tarefas mais simples, mas ainda gerando ansiedade.

Um exemplo de hierarquia de ansiedade pode ser o seguinte:

- o Fale com uma única pessoa
- o Fale com um grupo de três
- o Se revezam falando em uma reunião de dez pessoas
- o Ser o moderador de uma reunião de dez pessoas
- o Fale para um público de 20 pessoas
- o Fale para um público de 50 pessoas
- o Fale para um público de 100 pessoas
- o Fale para um público de 200 pessoas

A dessensibilização sistemática é aplicada expondo-se gradualmente a cada uma das situações que ativam a fobia, começando pelas mais simples. Você deve ser capaz de identificar o mais simples para você e prosseguir com os outros gradualmente.

Não existe uma regra para o número de situações a serem criadas, mas o que eu recomendo que você faça é:

- Identificar a situação mínima que cria o menor nível perceptível de ansiedade e partir daí;
 - Insira o maior número de passagens possível, para inserir a máxima gradualidade. Se você não inserir pequenas variações entre as tarefas que atribui a si mesmo, a dificuldade crescente entre uma etapa e a seguinte pode ser muito significativa;
 - Seja verdadeiramente sistemático: expor-se a algum estímulo fóbico todos os dias ajuda a superar o problema;
- Tente encontrar estímulos todos os dias para lidar com a fobia e o tópico de conversa que pretende apresentar mesmo em contextos não formais. Dessa forma, você pode se treinar para lidar com o tema que pretende apresentar em público várias vezes.

Você pode fazer isso de várias maneiras:

- o Você pode escolher um amigo para apresentar seu conteúdo pedindo feedback.
- o Você pode escolher um amigo para apresentar seu conteúdo, mas peça o mais alto nível de crítica possível. Este exercício permitirá que você antecipe as críticas e perguntas mais comuns que pessoas sem experiência na área em que você pretende apresentar seu tema podem lhe fazer. Ou também pode ser suficiente como uma análise técnica do seu discurso, caso seja destinado a ser apresentado à população em geral.

o Um nível adicional de dificuldade pode ser apresentar seu tópico a uma pessoa que seja especialista em apresentações públicas ou no campo específico em que você pretende apresentar o tópico. Isso é altamente recomendado - em qualquer caso - para apresentações técnicas. Gostaria de recomendá-lo, é claro, também a todos aqueles que não têm medo de falar em público. Cada um de nós é necessariamente autocentrado, baseado em nossos próprios padrões, crenças e valores, e uma revisão externa só pode beneficiar o desempenho.

o Encontre pontos de conexão entre o tópico que você pretende apresentar e outros tópicos de conversa. Ouça com atenção os outros e encontre conexões entre o tópico da sua apresentação e o conteúdo dos outros. Este exercício irá ajudá-lo a desenvolver a flexibilidade cognitiva necessária para enfrentar quaisquer questões críticas na sala de aula.

Apresentar constantemente o tópico de apresentação de sua discussão pública a indivíduos o ajuda a fazer, talvez, uma das coisas mais importantes para reduzir questões críticas na sala de aula, ou seja, saber antecipadamente possíveis perguntas ou objeções.

Para percorrer os possíveis momentos de dificuldade de uma apresentação em público, você também pode abrir um diário de criticidade real onde você pode listar todas as possíveis perguntas críticas e objeções ao seu tópico de apresentação e as possíveis melhores respostas para gerenciar a criticidade. Isso ajuda você não apenas a acalmar a ansiedade de possíveis perguntas (ao prosseguir com a lista, você abrange efetivamente todas as possíveis questões críticas na sala de aula), mas também a não improvisar respostas para as perguntas mais comuns.

Ao usar fontes externas, você estará mais bem preparado para responder. Como eu disse antes, existem questões críticas, mas talvez não sejam o que você espera, você precisa ter prontidão e humildade para ouvir os outros antes de falar. Em vez disso, na maioria dos casos, primeiro pensamos no que dizer e depois em como os outros podem reagir. O diário de questões complexas ou questões críticas é um método que recomendo em qualquer caso. Você pode começar a construí-lo antes de sua apresentação pública para estar pronto quando apresentar em público. Mas não o abandone: o mundo de falar em público está cheio de possíveis criticidades, os públicos que você encontrará certamente terão elementos em comum entre si, mas também elementos de singularidade e farão perguntas e estímulos diferentes a cada vez. Quando você tiver diferentes perguntas e problemas críticos, simplesmente escreva-os em seu diário das perguntas complexas e construa seus próprios métodos de resposta. No entanto, há um problema. Nem sempre podemos nos expor de forma gradual e metódica a todos os elementos da escala. Se fosse um estímulo fóbico comum, talvez pudéssemos encontrar uma maneira de abordá-lo metodicamente. No caso de uma fobia de falar em público, nem sempre há uma maneira de encontrar o público certo. Além disso, deve haver uma oportunidade de ter uma audiência à sua frente, um pedido de alguém que nos pede para apresentar. Por esta razão, é adequado utilizar um segundo método, a saber, a exposição imaginada. No próximo parágrafo, veremos esta técnica e todas as outras formas derivadas de aplicá-la de forma eficaz.

A exposição imaginária

Eventos reais e imaginários muitas vezes têm um impacto semelhante em nossas mentes. Isso é especialmente verdadeiro para pessoas que também têm uma fobia específica. Imaginar o estímulo fóbico produz reações semelhantes, mas sem implicar os riscos que o contexto real apresenta.

Na imaginação, apresentar conteúdo mal apresentado não causará danos no mundo real.

A exposição imaginada ao estímulo fóbico é geralmente aplicada em dois casos:

o Quando o estímulo fóbico é difícil de encontrar.

o Quando o estímulo fóbico produz uma reação intolerável.

A exposição imaginária consiste em imaginar o estímulo fóbico. Você pode repetir este exercício por 10 minutos. Também neste caso você pode escolher a imagem mental que preferir e o nível de dificuldade. Você pode, por exemplo, começar com uma pequena reunião de 10 pessoas, depois pensar em uma sala de aula maior de 50 pessoas e, finalmente, uma plateia de teatro.

Se você repetir este exercício 10 minutos por dia, começará a acostumar sua mente à tarefa de se apresentar em público e sentirá cada vez menos dificuldade nessa tarefa.

A *psicoterapia estratégica* é a pior técnica de fantasia nesse sentido. As instruções para praticar esta técnica são muito simples: você precisa se isolar em um local sem nenhuma distração, com as cortinas abaixadas, por 30 minutos e imaginar o pior cenário possível na apresentação em público por 30 minutos. Você precisará mergulhar neste exercício o máximo possível.

Outras estratégias de relaxamento

Existem muitas outras maneiras de abordar essa tarefa, combinando-a com técnicas para relaxar seu estado mental. Você também pode aplicar esses métodos que vou apresentar a você antes de ir para a sala de aula. Eles irão ajudá-lo a se concentrar melhor. Os métodos para relaxar o corpo antes de uma apresentação pública são os seguintes:

- o Relaxamento muscular progressivo
- o Técnicas de respiração
- o Técnicas de auto-hipnose
- o Técnicas de auto-sugestão e condicionamento Vejam os abaixo como aplicá-las.



Relaxamento muscular progressivo

O relaxamento muscular progressivo de Jacobson[7] é uma técnica muito prática e imediata que serve para produzir relaxamento instantâneo e rápido sem muito esforço imaginativo. O uso desta técnica decorre da dificuldade que algumas pessoas experimentam no uso da imaginação. Auto-hipnose, meditação e técnicas imaginativas exigem que as pessoas pensem e se concentrem em imagens mentais às vezes complexas. Nem todos são bem-sucedidos nessa tarefa, simplesmente porque se saem melhor com instruções mais práticas e concretas.

O relaxamento muscular progressivo é baseado na contração e descontração dos músculos, não é necessário nenhum treinamento atlético, todos podem proceder como se sentem. A única coisa importante é completar o exercício até o fim. Para isso, como para outros exercícios, você precisará de um lugar onde possa relaxar e fazer o exercício até o final.

O exercício é baseado nos seguintes passos:

- o Escolha uma posição confortável entre as duas seguintes:
 - o Deitado. - Sentado com os pés firmes no chão, as costas retas, as mãos nas coxas.
 - o Contraia uma classe muscular de cada vez, com esforço máximo (por exemplo, sobrancelhas)
- o Mantenha a contração contando de 1005 a 1001 (4 segundos).
- o Descontrate e conte de 1005 a 1001.
- o Contraia uma nova classe muscular com esforço máximo e continue com uma sequência inteira de classes musculares
- o A concentração em uma tarefa tão mecânica torna este exercício fácil de aplicar, sem muito esforço mental.
- o Uma sequência de classes musculares a serem consideradas pode ser a seguinte
 - o Pés – Panturrilha – Coxa – Mão e antebraço – Braço – Nádegas – Músculos abdominais
 - o Babadores – Pescoço – Ombros – Boca – Olhos – Frente

Técnicas de respiração

A consciência da respiração é uma ferramenta poderosa (bem conhecida no yoga e na meditação) que produz uma série de sensações em nosso corpo que nos ajudam a vivenciar mudanças positivas tanto física quanto psicologicamente. As técnicas de respiração são muitas e muito eficazes para entrar em um estado de profunda calma e são fáceis de aplicar. Você também pode aplicá-los antes de fazer uma apresentação pública. Por outro lado, saber respirar também ajuda a usar a voz de forma melhor e mais eficaz.

Uma das técnicas que recomendo que você aplique é a técnica de respiração do quadrado tibetano. A respiração quadrada é um dos principais tipos de respiração que ajuda a reequilibrar o corpo e a mente e a relaxar os estados de ansiedade. Usado até mesmo durante o treinamento pelos SEALs da Marinha dos EUA, que o praticam para manter o foco e a calma diante de situações stressantes.

Como fazer respiração quadrada eathing?

Antes de começar a respirar, é melhor sentar-se com as costas retas, em uma postura meditativa (ou pranayama). Quando se sentir confortável, feche os olhos e respire livremente, sem se preocupar muito com a técnica e sem forçar.

A respiração quadrada é feita em quatro vezes de 4 segundos cada e é sempre feita pelo nariz

o Pegue o ar inspirando profundamente pelo nariz por 4 segundos.

o Em seguida, segure o ar por mais 4 segundos. O momento da inspiração está associado à felicidade e à recarga de energia. A retenção da respiração nos pulmões representa a expansão da vida por todo o nosso corpo.

o É o momento da expiração, que deve durar mais 4 segundos em que esvaziamos completamente os pulmões.

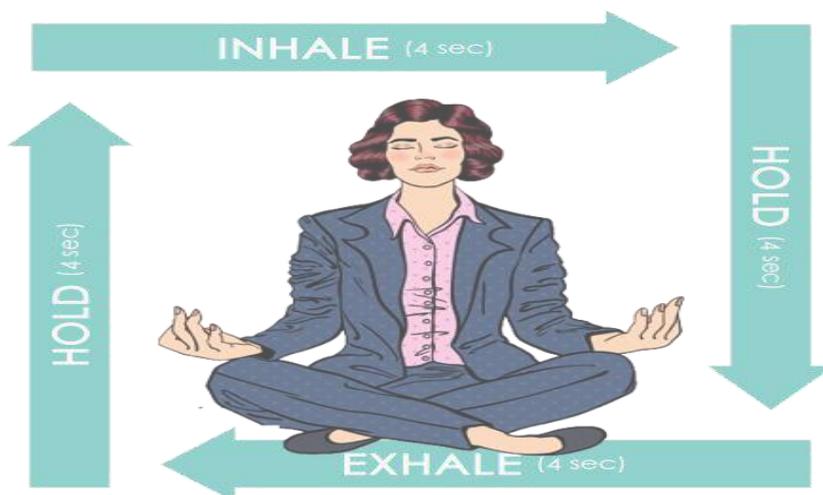
o Agora segure a expiração por mais 4 segundos. Esta fase está associada ao abandono, escuridão e tristeza, mas também nos ajuda a remover todo o negativo e deixar os pulmões prontos para oxigenar novamente. Segurar a respiração quando os pulmões estão vazios representa solidão e morte simbólica.

Todos os estágios da respiração devem durar o mesmo tempo. Quando você terminar de inspirar e expirar, é importante que você se sinta confortável. Se você achar que uma das etapas é muito difícil para você, reduza o tempo de todas elas. Se não são todos iguais, não formam mais um quadrado, necessário para formar o símbolo do equilíbrio, com seus quatro lados idênticos. À medida que você pratica mais, você pode adicionar um segundo, se quiser.

Benefícios:

Esta prática de respiração ajuda a alcançar o equilíbrio em vários níveis: equilíbrio da mente, paz e calma e equilíbrio do sistema nervoso. Além disso, a capacidade de concentração é aprimorada, pois as 4 fases da respiração devem durar o mesmo número de segundos. Se não, perdemos a conta e o equilíbrio do quadrado é quebrado.

É uma técnica simples, mas muito eficaz, que você pode praticar várias vezes por semana com poucas complicações, por não mais que 10 minutos por dia, mas que fará você se sentir muito bem e mais equilibrado.



One of the most current exposure therapy treatments uses the use of **Virtual Reality (VR)**

Para explicar em que consiste este tratamento é fundamental conhecer a história desta ferramenta.



A palavra “virtual” deriva do latim medieval *virtualis*, que por sua vez deriva de *virtus*: força, poder. Na filosofia escolástica, o virtual é o que existe em potencial, mas não em ato. Em seu uso atual, o termo virtual é frequentemente usado para expressar a pura ausência de existência.

A virtualidade não é algo novo na história da humanidade. A partir do mito da caverna de Platão refazendo as imagens ou lendas da Idade Média, a virtualidade, entendida como uma aparência de realidade (mas não real), tem sempre esteve presente entre nós. A diferença é que, enquanto no curso da história o potencial da virtualidade residia na imaginação, nas ideias, nas crenças, hoje, ao manter vivo esse potencial, a tecnologia oferece a possibilidade de vê-lo também com os olhos. Um exemplo do conceito de “virtual” é aplicado nos efeitos especiais dos filmes, que criam cenários reais, mas inexistentes aos nossos olhos. Há também a ampla possibilidade de construção de comunidades virtuais autênticas, ou seja, espaços não físicos de interação humana.

AMBIENTES VIRTUAIS

Um ambiente virtual é onde são realizadas as simulações de atividades que encontramos no dia a dia. Fazemos isso para trazê-los para um ambiente controlado e analisá-los mais profundamente, pois nesse ambiente virtual de teste podem ser implementadas várias alterações da realidade que permitem um estudo completo dos fenômenos sobre os quais queremos investigar.

Existem diferentes tipos de representações de um Ambiente Virtual (EV), aqui estão algumas:

- **Ambientes virtuais partilhados:** incorporam uma representação visual do espaço em duas ou três dimensões, nas quais os participantes podem interagir entre si.
- **Ambientes virtuais colaborativos:** são aplicativos que permitem que vários usuários se encontrem e se comuniquem e, dependendo da riqueza da representação do ambiente, colaborem e compartilhem uma variedade de documentos e artefatos.
- **Ambientes virtuais multiusuário:** são utilizados principalmente para jogos de role-playing (multiplayer), onde vários usuários acessam via Internet ou uma rede interna (intranet) que atinge uma alta concentração de usuários graças à atratividade e facilidade de acesso a este tipo de ambiente.
- **Ambientes virtuais imersivos:** O termo “imersão” define a sensação gerada na pessoa que está interagindo com o mundo virtual. Quanto maior o número de sentidos estimulados pelo sistema de realidade virtual, maior o grau de imersão alcançado. Em ambientes altamente imersivos o usuário, através do equipamento de captura de movimento, pode controlar um personagem criado neste ambiente, que realizará todos os movimentos do usuário. Tentamos usar o máximo de sentidos possível para criar a sensação de imersão, fazendo com que o usuário interaja com o computador graças a cabos, capacetes, luvas, sensores que detectam a posição e o movimento das diferentes partes do corpo, capturando cada uma das ações e permitindo que quem o está utilizando observe e interaja com o ambiente virtual. A visualização dos movimentos do usuário e de todos os objetos do ambiente é realizada em tempo real e em 3D, gerando assim a sensação de estar imerso na cena.
- **Ambientes Virtuais Distribuídos:** Esses tipos de ambientes tridimensionais permitem que usuários localizados em diferentes localizações geográficas interajam em tempo real e compartilhem um mundo virtual único.

O uso da realidade virtual começou na década de 1960 com Sutherland, um dos pioneiros na promoção da computação gráfica. Sua tese sobre a relação homem-máquina mostrou que a interatividade entre eles era possível. Pouco depois, em 1968, publicou *A Head-mounted tridimensional display*, um estudo para a criação de capacetes para realidade virtual. No entanto, foi Jaron Lanier em 1986 quem cunhou o termo Realidade Virtual, definido como o tipo de tecnologia que permitia a criação de espaços tridimensionais por um computador, o que permite a simulação da realidade na qual elementos e eventos úteis para objetivos específicos podem ser introduzidos.

O que torna essa experiência virtual única é que a pessoa se sente totalmente dentro desse contexto e interage com ele.

Martínez define o termo Realidade Virtual (RV) como contraditório, pois é composto por dois conceitos praticamente opostos:

- **Real:** aquilo que tem existência verdadeira e efetiva.
- **Virtual:** que tem a virtude de produzir um efeito, embora não o produza no presente, muitas vezes em oposição ao real.

O termo Realidade Virtual, portanto, leva ao confuso significado de “Realidade Não Real”. Por esse motivo, alguns pesquisadores preferem utilizar outros termos como Ciberespaço, Realidade artificial, ambientes sintéticos, etc.



A realidade virtual foi e é aplicada em diferentes campos:

- **Militar:** no campo militar, a Realidade Virtual está em uso há décadas. O primeiro simulador de voo foi patenteado em 1930 pela empresa Link no Canadá. Foi baseado nos mecanismos pneumáticos de pianos e órgãos. Com a evolução da tecnologia, os simuladores melhoraram. Com o surgimento da realidade virtual, as possibilidades de aplicação dos simuladores aumentaram significativamente. Mais de 7.000 dispositivos foram produzidos para treinar pilotos da Segunda Guerra Mundial. Desde a década de 1950, os Estados Unidos contam com sistemas de treinamento militar utilizando realidade virtual, onde os soldados podem enfrentar diversas situações de combate em ambientes seguros ou praticar competências de pilotagem de aviões, tanques e navios da Marinha. A RV tornou-se um meio de treinamento muito popular para militares, onde você pode aprender a reagir da melhor maneira sem o risco de situações reais. Além disso, este método provou ser mais seguro e menos dispendioso do que os métodos tradicionais.
- **Medicina:** no setor da saúde, pelas mesmas vantagens que oferece no campo militar, a realidade virtual também é cada vez mais utilizada para simular operações cirúrgicas de risco ou para aprender a realizar as atividades diárias de atendimento e diagnóstico de pacientes. Schlickum et al. (2009) utilizaram o treinamento em videogame para posteriormente melhorar o desempenho em simuladores de cirurgia endoscópica construídos em ambientes virtuais. Na área de atendimento a pacientes que necessitam de suporte, há casos como o de You et al. (2005), que utilizaram a realidade virtual para tratar pacientes com problemas cerebrovasculares. Neste estudo, foram elaborados os ambientes de cenas virtuais caracterizados por cenas interativas da vida real. O objetivo dessas cenas era re-ensinar movimentos básicos para o sistema motor do cérebro.
- **VirSSPA :** Esta ferramenta é uma aplicação médica que utiliza a realidade virtual para otimização e planejamento de intervenções. Permite a geração de um modelo de paciente a partir de imagens radiológicas a serem operadas em ambiente virtual. O aplicativo possui as ferramentas normalmente utilizadas no centro cirúrgico, permitindo a simulação da intervenção.
- **Arquitetura:** tanto no projeto virtual onde, além de plantas e maquetes de construção, é criada uma maquete tridimensional interativa para visualização imediata do resultado final quanto na possibilidade de visitas virtuais dentro de prédios e museus.
- **Indústria:** a realidade virtual também é utilizada em processos de produção em diversos setores para que, por exemplo, se aprendam mecânicas de montagem complexas sem ter que fazê-lo em um ambiente real ou realizar reparos com segurança.



- **ITI Crane Simulator** é um simulador de movimentação de guindastes que serve para ensinar os aprendizes que utilizarão este veículo para operar o guindaste e controlar a segurança no transporte de materiais.
- **UnigineSpace** Vários simuladores de missões espaciais permitem o treinamento no reparo de satélites, controle de gerenciamento dos mesmos, naves espaciais e foguetes. Oferece virtualização do ambiente espacial, desenho de trajetórias e representação de estrelas e planetas.
- **Escola:** no campo educacional, a realidade virtual está sendo utilizada como meio complementar para promover a aprendizagem e aumentar a motivação dos alunos, para que possam aprender conceitos com bastante rapidez ou ganhar experiência em situações práticas que, se ensinadas tradicionalmente, seriam bastante tediosas. Por isso, alguns projetos utilizam a realidade virtual no campo educacional para tarefas muito diversas, seja a simulação de um período histórico, um sistema que mostra a formação de tempestades e fenômenos meteorológicos ou a visita a um museu virtual.

- **O Unimersiv** é uma ferramenta educacional em que diferentes cenários podem ser explorados usando a realidade virtual. Por exemplo, para aprender sobre dinossauros, uma viagem virtual ao cérebro humano ou uma experiência na construção da Acrópole de Atenas.



- **Ferramenta Class VR** que coloca a realidade virtual a serviço da sala de aula para simular ambientes, fazer aulas práticas e trazer realismo a algumas aulas para facilitar o aprendizado.
- **Psicologia:** esses sistemas têm sido usados para tratar fobias; eles permitem que os pesquisadores controlem a intensidade do estímulo ao qual o paciente é exposto, dependendo da reação que ele tem durante o processo. Norte et al. (2015) trabalharam com realidade virtual para tratar pacientes com problemas de falar em público. Após cinco semanas de tratamento com o simulador virtual, os pacientes apresentaram melhora significativa.

Todos os aplicativos acima são apenas alguns exemplos da ampla gama de aplicativos e ferramentas que existem para treinamento e aprendizado usando a realidade virtual. A ampla disponibilidade de ferramentas que utilizam a realidade virtual para treinar competências mostra que se trata de um sistema eficaz, pois é uma técnica que proporciona um ambiente mais seguro e permite representar qualquer situação imaginável.

O objetivo da realidade virtual é gerar imersão total, uma experiência sensorial tão real que o usuário esquece que está dentro de um ambiente virtual criado artificialmente e interage com ele como faria no mundo real.

Para que o cérebro humano aceite um ambiente artificial e virtual como real, este mundo não só deve parecer o mais realista possível, mas também deve ser totalmente interativo. Portanto, é de fundamental importância que nossos sentidos sejam estimulados o máximo possível. A estimulação adequada requer feedback sensorial, que é alcançado por meio de hardware e software integrados. Exemplos desse hardware podem ser HMDs (head-mounted displays), detetores de movimento que permitem interatividade nos movimentos do usuário, como acelerômetros e giroscópios, luvas especiais com feedback tátil ou acessórios de mão.

Num ambiente de realidade virtual, o mundo é completamente sintético e pode ou não imitar as propriedades de um ambiente real. Isso implica que a realidade virtual pode simular uma situação da vida cotidiana (por exemplo, andar pelas ruas de uma cidade, interagir com o ambiente do escritório, etc.), ou pode superar os limites do físico criando um mundo no qual leis como gravidade, tempo e as propriedades dos materiais são completamente diferentes (por exemplo, atirar em alienígenas em um planeta sem gravidade).

ELEMENTOS DE UM SISTEMA DE REALIDADE VIRTUAL

Num sistema de realidade virtual podemos distinguir elementos de hardware e elementos de software.

Os componentes de hardware mais importantes são o computador, os dispositivos de entrada e os dispositivos de saída.

Os componentes de software mais importantes são o modelo de programas de simulação geométrica e sensorial 3D (simulação visual, auditiva, tátil), simulação física (movimento de câmera virtual, detecção de colisão, cálculo de deformação) e coleta de dados.

Dispositivos de entrada (sensores)

Os dispositivos de entrada são responsáveis por capturar as ações dos participantes e enviar essas informações ao computador. Por exemplo, a orientação da cabeça e todos os movimentos das mãos e de todo o corpo são detetáveis através do uso de acelerômetros e giroscópios miniaturizados, os mesmos que são integrados aos smartphones modernos, instalados em luvas especiais ou aplicados no corpo para acompanhar o movimento. É então necessário detetar a direção do olhar do usuário, por meio de sensores colocados nos óculos ou capacete. A voz é capturada por alguns microfones.

No caso de um aplicativo destinado a dar suporte à Oratória, também seria muito importante monitorar e avaliar a postura e os gestos do usuário. Isso pode ser conseguido adicionando um sensor externo tipo câmera que pode analisar os movimentos do orador, a posição dos braços e pernas, se ele está a gesticular excessivamente, etc.

Existem várias opções no mercado para fazer isso:

- **Kinect:** o dispositivo Kinect possui uma câmera embutida que deteta os gestos do usuário e mostra um esqueleto do movimento que o jogador está a fazer a todo o momento.
- **Smartsuit Pro Motion Capture:** outra opção para essa tarefa é utilizar um Smartsuit Pro, um dispositivo de captura de movimento que pode ser usado para ver os movimentos do locutor ou até mesmo modelar os movimentos dos personagens 3D que compõem o público de uma sala de aula virtual para que sejam mais realistas e representem melhor as reações humanas.

Para determinar o grau de stress e tensão nervosa do usuário durante a experiência de realidade virtual, também é possível detectar, por meio de sensores biométricos, a frequência cardíaca ou a resposta galvânica da pele ou GSR (Galvanic Skin Response) chamada de condutância da pele ou atividade eletrodérmica.

Os sensores detectam a quantidade de suor secretado pelas glândulas sudoríparas. Essa quantidade de suor varia de acordo com as regiões do corpo humano, mas seus valores normais são conhecidos se o indivíduo estiver relaxado. Portanto, é fácil determinar quando há sudorese excessiva e isso pode ser devido ao indivíduo estar em uma situação stressante.

PERIFÉRICOS DE SAÍDA (EFEITORES)

Os dispositivos de saída são responsáveis por traduzir áudio, vídeo, etc. gerados pelo computador em estímulos para os órgãos dos sentidos (som, imagens). Eles são classificados de acordo com a direção em que são direcionados: existem efeitos visuais, como capacetes estereoscópicos e telas de projeção, efeitos de áudio (a cena pode conter sons que possuem posições específicas no espaço 3D, para que o usuário tenha a sensação, também baseado na origem dos sons e ruídos do ambiente, de estar em um ambiente real), dispositivos táteis dos tradutores e pela sensação de equilíbrio das plataformas móveis.

- **Modelo geométrico 3D:** Como um sistema de realidade virtual deve permitir explorar a cena de forma interativa e ver o mundo virtual de qualquer ponto de vista, é necessário ter uma representação geométrica 3D desse mundo, que permita cálculos de imagem, geração de som espacial, colisões de computação, etc.

- **Mecanismo de realidade virtual:** A estação de trabalho que supervisiona a hospedagem do software que cria a realidade virtual. Obviamente, o hardware deve ser suficientemente poderoso e com uma capacidade computacional bastante alta, dependendo do nível de emulação de realidade virtual necessário. Geralmente são estações gráficas de alto desempenho.

- **Software de realidade virtual:** É o software para modelagem de objetos virtuais, que envolve geometria, modelagem de textura de materiais, comportamento inteligente, física de objetos (dureza, inércia, plasticidade da superfície, etc.). Também inclui drivers de E/S, bibliotecas e sistemas usados para implementar interfaces completas para diferentes mundos virtuais.

O próximo desafio para esses sistemas, ainda em desenvolvimento, é conseguir reconhecer as emoções dos usuários em tempo real, de modo que não seja necessário se contentar com cenários pré-programados, mas poder criar ambientes que se autodevem reagindo com base no estado emocional detectado no sujeito. Para isso, estão sendo testados protótipos que usam redes neurais para analisar os movimentos dos jogadores e todas as respostas biométricas associadas às emoções humanas em eventos altamente carregados emocionalmente.

TECNOLOGIAS DISPONÍVEIS

Uma breve visão geral dos meios atualmente disponíveis para criar ambientes de realidade virtual:

➤ **HTC Vive**

HTC Vive é um dispositivo de realidade virtual desenvolvido pela HTC e Valve Corporation. Este dispositivo utiliza sensores colocados em dois ou mais pontos de uma sala que permitem acompanhar os movimentos do usuário e reproduzi-los no ambiente 3D. Ele também possui controladores portáteis que permitem interagir com o ambiente. A versão Pro chegou recentemente ao mercado e custa US\$ 799.



➤ **Óculos Rift**

Oculus Rift é um headset de realidade virtual desenvolvido pela Oculus VR. Foi lançado no mercado em abril de 2016. É possível incluir controladores manuais para simular mãos. Também permite adicionar estações base para mapear sua localização na sala. Seu preço atual é de 449 euros.



➤ PlayStation VR

O PlayStation VR é um visualizador de realidade virtual desenvolvido pela Sony Interactive Entertainment, lançado em 13 de outubro de 2016. Foi projetado especificamente para a consola PlayStation 4. Este dispositivo pode enviar uma imagem para o visualizador da PlayStation VR e uma TV ao mesmo tempo, com a TV a espelhar a imagem que aparece no visor ou exibindo uma imagem separada para um jogo competitivo ou cooperativo. O preço atual deste equipamento ronda os 300 euros.



➤ Samsung Gear VR

Samsung Gear VR é um dispositivo de realidade virtual desenvolvido pela Oculus que permite transformar um smartphone Samsung em um dispositivo portátil de realidade virtual. A principal diferença deste dispositivo é a necessidade de ter um celular Samsung. No entanto, nada mais é necessário para operar e criar o ambiente virtual. Atualmente, custa US \$ 130.



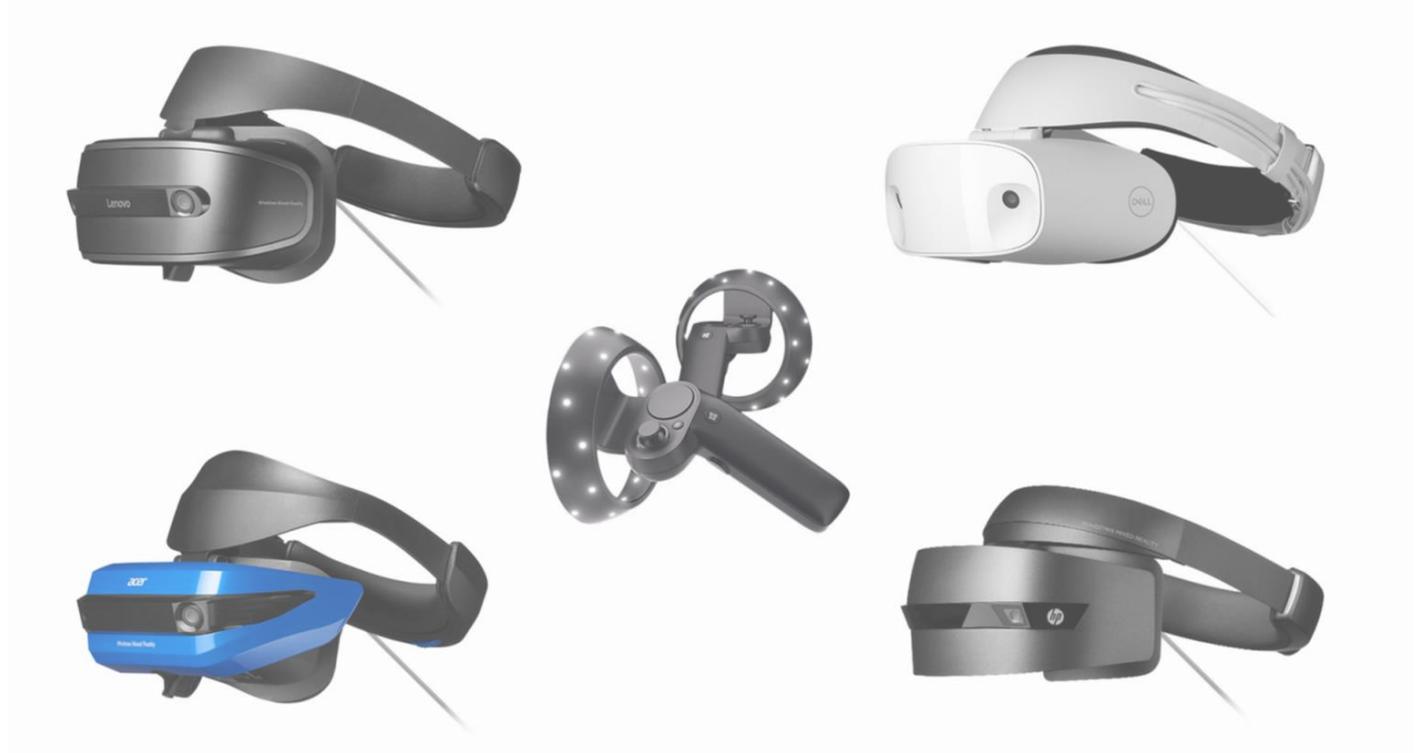
➤ Google Cardboard

Google Cardboard is a virtual reality platform developed by Google em uma base de papelão dobrável, daí o nome. A operação consiste em montar o aparelho em papelão seguindo as instruções e instalar o aplicativo do Google que permite duplicar as telas para apresentá-lo em modo de realidade virtual no celular em que será testado. O custo deste dispositivo é variável: pode ser gratuito se você mesmo o construir ou pode ser adquirido a preços diferentes, dependendo dos modelos e materiais.



➤ **Windows Mixed Reality**

O Windows Mixed Reality é um dispositivo que combina a realidade virtual com a realidade aumentada numa única plataforma. É como os dispositivos mencionados acima. Possui um HMD que permite entrar no mundo virtual e permite usar os drivers manuais. Custa R\$ 299.



➤ **Realidade Virtual e VRET**

O VRET (do inglês Virtual Reality Exposure Therapy) consiste no uso da realidade virtual em terapia ocupacional ou psicológica. Vários estudos apoiam o uso da realidade virtual no contexto do tratamento de fobias e medos vivenciados pelos indivíduos.

Foi demonstrado que o uso da realidade virtual, como meio de alcançar a exposição controlada a estímulos, para o tratamento de fobias específicas, melhora a resposta dos sujeitos, pois o desconforto que eles experimentam durante a exposição virtual é menor do que o experimentado durante outros tipos de exposição. Da mesma forma, o número de sessões necessárias para a terapia é reduzido.

Com a tecnologia hoje disponível, é possível pensar num sistema que permita resolver ou, pelo menos, diminuir o medo de apresentações perante um público e treinar a capacidade transversal para gerir um evento deste tipo.

Isso porque a tecnologia permite simular ambientes seguros nos quais a pessoa com certa fobia pode enfrentá-la, sabendo que a simulação está sob seu controle absoluto e que pode ser interrompida a qualquer momento. Obviamente é uma ferramenta complementar ao uso da terapia psicológica cognitivo-comportamental, pois, embora possa ajudar, em alguns casos não substitui a necessidade de exposição real.

Um programa gera um ambiente virtual onde é simulada uma situação semelhante à real que, no que diz respeito à terapia de fobias, representa um estímulo suficiente para gerar a temida resposta ansiosa, integrando gráficos em tempo real, imagens reais e monitorando as reações aos estímulos mesmos, que podem ser captados por diversos dispositivos para mensurar as reações psicofisiológicas do sujeito exposto.

Este procedimento tem algumas vantagens sobre a exposição ao vivo, tais como:

o Realizar a exposição real aos estímulos pode ser caro ou muito exigente: a realidade virtual permite ao terapeuta construir o contexto, onde ele pode manipular o gradiente de exposição, e garante maior segurança e privacidade ao paciente.

o o psicólogo conhece a todo momento as dinâmicas que estão ocorrendo e pode ajudar os pacientes que têm dificuldade em imaginar estímulos adversos ou as circunstâncias em que ocorrem. Como benefício adicional, avatares virtuais representando o usuário podem ser incluídos na terapia.

Deve-se considerar que existem alguns parâmetros que o paciente deve atender para poder utilizar a terapia de realidade virtual: de acordo com o estudo realizado pela Plaza por exemplo, os pacientes adequados para este tipo de tratamento são aqueles sem deficiências ou limitações visuais ou auditivas, pois parte do realismo da realidade virtual é alcançada apenas com visão binocular e com a diferença auditiva do sistema receptor sonoro intacta.

A terapia de realidade virtual deve atender a três condições para ser eficaz:

- antes de mais nada, os participantes devem sentir-se realmente presentes no ambiente virtual para poderem vivenciar este ambiente como um lugar que é realmente visitado, e não simplesmente visto.
- em segundo lugar, o ambiente virtual deve ser capaz de evocar emoções nos participantes para que o comportamento indesejado desapareça.
- o desaparecimento do comportamento indesejado deve poder ser generalizado para o ambiente real.

A premissa que deve ser atendida nesse tipo de tratamento é a chamada resposta de presença, que é uma forma de mensurar a capacidade de uma experiência de realidade virtual interativa de avaliar como os indivíduos realmente se sentem dentro de um ambiente virtual, ou seja, o grau de ansiedade vivenciada pelo sujeito dentro do ambiente de realidade virtual deve ser bastante semelhante àquela vivenciada normalmente em uma situação semelhante no mundo real. As formas mais comuns de presença são a telepresença, que é a capacidade de um ambiente virtual criar a ilusão de estar ali, e a presença social, que define a sensação de estar ali com o outro e analisa, por exemplo, as interações entre o real e o virtual. É interessante explorar os dois aspectos da presença, já que falar em público é uma atividade social por definição.



A imersão é a percepção de estar fisicamente dentro de um mundo não físico. Ela engloba a sensação de presença, que é o ponto em que o cérebro humano acredita estar em algum lugar que não está. O estado de imersão total é alcançado quando há sentidos suficientes ativados para criar a sensação de estar verdadeiramente presente em um mundo virtual.

Existem dois tipos comuns de mergulho:

1. Imersão mental: um estado de espírito profundo com a crença de que você está em um ambiente real.
2. Imersão física: estado em que ocorre a interação física com o ambiente virtual.

Análise emocional

Além do ambiente virtual, é importante realizar uma análise das emoções do locutor, determinar se ele está vivenciando aquela sensação de presença e calibrar as reações do público virtual que, no software de RV, poderia ser programado para se comportar diferente dependendo do estado emocional do orador.

Embora haja muita pesquisa na área de VRET sobre seu uso para tratar o medo de falar em público, na área de modelagem de audiência virtual ainda não existem muitos trabalhos onde este importante recurso de software também seja implementado, ou seja, a capacidade de analisar parâmetros (para onde está olhando, para quem está falando, com que tom, volume, gestos que faz etc.) para gerar reações na audiência virtual. Seria útil e tornaria a experiência de RV ainda mais realista, pois o palestrante receberia feedback e poderia modificar seu discurso de acordo.

A análise das emoções é, no entanto, um processo complexo e caro.

Antes de prosseguir com o reconhecimento automático das emoções, é necessário decidir como as emoções detetadas serão representadas. Existem dois métodos básicos para definir emoções: dimensões emocionais e categorias emocionais.

As dimensões emocionais são responsáveis por representar aspectos importantes dos conceitos emocionais, ou seja, as emoções são classificadas de acordo com se são positivas ou negativas, ativas ou passivas.

As categorias emocionais são a forma de definir emoções por meio de palavras ou rótulos (por exemplo, alegria, entusiasmo, agressão, tristeza, etc.). Como há tantas palavras para descrever estados emocionais, as emoções em muitos sistemas são reduzidas a seis grupos básicos de emoções: alegria, tristeza, surpresa, medo, raiva e emoção neutra.

Análise do texto independentemente do conteúdo

Tanto ao falar normalmente quanto ao fazer uma apresentação em uma conferência, a mensagem que é transmitida sempre acompanha as emoções do indivíduo. Essas emoções afetam o sistema respiratório e causam alterações no tom da voz. A partir dessas mudanças no tom de voz e independentemente do conteúdo, é possível deduzir qual emoção acompanha a fala.

Obviamente nem todas as emoções sentidas pelo locutor são transmitidas ou refletidas no tom da voz mas, para os propósitos deste trabalho, o que nos interessa são aquelas emoções que o público pode perceber e, conseqüentemente, se comportar e reagir.

Há muita pesquisa recente que se concentrou no reconhecimento automático de emoções na voz. A maioria desses trabalhos é baseada no uso de redes neurais, máquinas de suporte vetorial ou modelos gaussianos que requerem grandes quantidades de gravações de arquivos de áudio previamente classificados. Esses registros são usados para programar sistemas de previsão e, posteriormente, testados para verificar os resultados do sistema, até que o modelo faça previsões com uma taxa de erro mínima.

A teoria diz que, dependendo do estado emocional do orador, o tom da voz muda. Por exemplo, quando um indivíduo está triste, ele tende a ter um tom mais baixo e a falar devagar enquanto, quando está feliz, ele acelera e o tom de sua voz fica mais agudo.

A emoção gerada pela informação que o orador quer transmitir tem uma influência decisiva na escolha das palavras e na estrutura das frases que expressa.

Atualmente existem diversas metodologias para detecção de emoções por meio de texto, que podem ser divididas em quatro seções: detecção de palavras-chave, afinidade lexical, processamento estatístico de linguagem natural e métodos baseados em conhecimento do mundo real.

Na detecção de palavras-chave no texto, as emoções são extraídas com base na presença de palavras que se referem a emoções ou estados afetivos.

A afinidade lexical, além de detetar palavras afetivas óbvias, atribui a outras palavras a probabilidade de serem ditas quando o sujeito vivencia determinada emoção.

O processamento estatístico consiste no uso de uma rede neural formada por um banco de dados muito grande de textos classificados com as emoções que representam. Este último método leva em consideração qualquer tipo de palavra e também inclui sinais de pontuação para detectar emoções.

Os métodos baseados no conhecimento do mundo real, além de analisar aspectos do texto, também avaliam as características afetivas do conteúdo semântico subjacente ao texto. Essas técnicas permitem que você obtenha as emoções do conteúdo semântico mesmo que não haja palavras que se refiram às emoções. Para fazer isso, eles contam com o conhecimento do mundo real, como as atitudes dos indivíduos em determinadas situações.

Dicas de como aplicar

Para servir efetivamente ao propósito pretendido, ou seja, permitir que você pratique falar em público em um ambiente virtual seguro, um aplicativo de RV deve ser uma ferramenta responsiva para que os palestrantes possam praticar suas apresentações na frente de um público virtual que reage aos recursos e fornece informações reais. - feedback de tempo sobre a eficácia do seu discurso.

Para estimular a motivação do palestrante em continuar com a experiência, o aplicativo também deve fornecer um relatório detalhado, como sistema de pontuação, avaliação da eficácia vocal, quantidade de público atento à apresentação. Também deve haver uma gravação de sua fala para ver quais partes do treinamento foram mais ou menos eficazes, o que servirá de aprendizado e reforço.



Algumas ferramentas disponíveis

Para lidar com o medo do palco ou de falar em público, existem alguns aplicativos no mercado que possuem abordagens condizentes com o que é proposto na nossa análise.

Em baixo está uma lista de aplicativos, onde se destacam os seus pontos fortes e como eles enfrentam o desafio.

➤ Voz do Formador¹

Uma ferramenta gratuita que faz uso de Realidade Virtual com suporte para HTC Vive que apresenta uma sala escura com uma audiência virtual que o orador enfrenta.



Esta audiência virtual é modelada em 3D com personagens de humanos para tentarem parecer realistas. Permite fazer upload de apresentações em formato PDF e percorrer os seus slides. Dois ecrãs permitem que se veja a apresentação, uma na frente do orador e outra atrás. O altifalante segura um microfone numa mão e um ponteiro laser na outra.

➤ Discurso Virtual²

Aplicativo pago para Android e iOS, disponível para diversos dispositivos de realidade virtual que permite praticar um discurso diante de um público virtual ou responder perguntas em uma entrevista. Tem uma maneira de praticar, socializar e aprender idiomas.



¹ <http://speechimprovement.com/vr/>

² <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.virtualSpeech.android>

➤ **Virtual Orator**³

O Virtual Orator é uma ferramenta de treino de competências para falar em público disponível para Oculus Rift, HTC Vive e Windows Mixed Reality. Permite definir o local de apresentação e o tamanho do público, bem como seu caráter (público positivo ou negativo). Custa entre 250 e 2500 euros.



➤ **VR Voice Center**⁴

Custa 5 euros e está disponível para Samsung Gear e Day-dream. Ele permite que você se dirija a um público onde aparecem diferentes distrações e o orador deve tentar lidar com elas corretamente.

➤ **BeFearless**⁵

Produto patrocinado pela Samsung que permite que você pratique falar em público de três maneiras: negócios, vida pessoal e aula. Permite conectar um SmartWatch Gear S para monitorar os sinais vitais. O ambiente, apesar de ser feito com vídeos reproduzidos em loop, dá a sensação de ser plano e não gera o efeito tridimensional imersivo.

³ <https://publicspeaking.tech/>

⁴ <https://www.cerevrum.com/speech-center-vr>

⁵ <https://www.oculus.com/experiences/gear-vr/942681562482500/>

➤ **A Fear of Heights and other Things⁶**

Custa 0,99 euros e está disponível para Gear VR. Entre outras funcionalidades tem uma forma de ultrapassar o medo de falar em público.



➤ **Ummo⁷**

Ferramenta que não usa Realidade Virtual, mas foca em melhorar as competências linguísticas apenas gravando a voz do locutor. Está disponível exclusivamente para iOS.

➤ **Beyond Virtual Reality - VR Public Speaking⁸**

Aplicativo para Android, disponível para Google Cardboard e similares, que permite praticar apresentações diante de uma plateia. Dá algumas estatísticas finais sobre como foi a apresentação. Os modelos de público são construídos com imagens reais de pessoas e não modelos 3D.



⁶ https://store.steampowered.com/app/535460/A_Fear_Of_Heights_And_Other_Things/

⁷ <http://www.ummoapp.com/>

⁸ <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.BeyondVR.beyond>

➤ **Simulador de Apresentação**⁹

Uma ferramenta que, através da realidade virtual, simula um ambiente de apresentação. Custa 10 euros, está disponível para dispositivos Oculus e HTC Vive e requer o Steam para funcionar. Permite fazer upload de PDFs de apresentação.

➤ **VRAVO!**¹⁰

Uma plataforma que permite apresentações em ambiente virtual. Não é um sistema de prática, mas serve como meio de fazer apresentações online e convidar outros usuários a visualizá-las, adicionar elementos 3D e interagir com o público.

➤ **BeChiara**¹¹

Um projeto que foi criado para apoiar os cursos de oratória da empresa Virtual Vovagers. A realidade virtual é usada para criar um ambiente de formação para apresentações de palestrantes e, posteriormente, essas apresentações são discutidas com especialistas no assunto. Focado em grandes empresas.



⁹ <http://www.presentationssimulator.com/fear-public-speaking/exposure-therapy/>

¹⁰ https://www.vravo.com/index_en.html

¹¹ <https://www.bechiara.com/es/home>

O SISTEMA IDEAL APOIA-SE EM DOIS PILARES

o Por um lado, usar a Realidade Virtual para criar um ambiente para enfrentar uma situação de falar em público o mais semelhante possível à vida real. Nesse ambiente, há uma série de elementos básicos que o locutor vê durante sua imersão na experiência Virtual: um palco pelo qual se movimenta livremente, uma plateia à sua frente e uma série de estatísticas de sua atuação como locutor.

o Por outro lado, uma combinação de sistemas de análise de emoções é usada para determinar a emoção que o orador está a transmitir num determinado momento. Essas emoções são obtidas a partir de medições feitas pelo locutor no ambiente virtual, como o áudio de sua fala e seu conteúdo. Outras métricas também são levadas em consideração para detectar padrões de comportamento errôneos, como a percentagem de atenção que o locutor presta a cada área de audiência, que é medida com base nos movimentos da cabeça detectados pelo dispositivo de realidade virtual.

ÁREAS PARA POSSÍVEIS MELHORIAS

- o Sabendo que, por um lado, o medo de falar em público é um problema generalizado e que a ideia de o aliviar com recurso à realidade virtual era algo correto, este projeto nasceu para dar resposta ao medo visceral que algumas pessoas sentem ao enfrentar para uma audiência para palestrar, seja na academia, no trabalho ou na vida privada.
- o O objetivo deste projeto é ensinar a falar em público usando videogames em ambientes de realidade virtual.
- o Este projeto parte da premissa de que, graças ao progresso da tecnologia e da digitalização, muitas realidades do mundo do trabalho serão reduzidas no futuro, delegando muitas tarefas à automação. A comunicação oral torna-se, assim, uma competência essencial que os cidadãos europeus devem adquirir para melhorar as suas hipóteses de encontrar trabalho e enfrentar a grande mudança que a digitalização implica.
- o Um trabalho futuro importante no campo do suporte à RV poderia ser projetar novos níveis que representem diferentes situações da vida real, nas quais um indivíduo possa experimentar o medo de falar em público: uma entrevista de emprego, uma intervenção em classe, um discurso em um grupo, etc
- o Também seria interessante pensar em classificar os palestrantes de acordo com seu perfil e, para isso, deve-se estabelecer uma métrica. Nas escolas de teatro, existem várias maneiras de classificar os atores. Normalmente são utilizados os elementos ar, água, terra e fogo, o eneagrama com os diferentes tipos de personalidades, etc., entre outros.
- o Antes de iniciar o tutorial no ambiente virtual, uma série de perguntas podem ser feitas para classificar o jogador. Isso permitiria que o jogo fosse adaptado ao tipo de orador que está sempre falando. Uma opção para definir o perfil do locutor pode ser baseada em algumas características de variáveis pessoais (por exemplo, ritmo da fala, movimento do corpo e tom de voz).
- o Uma vez que o perfil do locutor seja definido, o sistema classificará de forma diferente com base no perfil. Por exemplo, um orador que foi classificado como aquele que geralmente acelera será recompensado se diminuir a velocidade de seu ritmo habitual.

CONCLUSÕES

Vimos neste documento que falar em público é uma necessidade comum e frequente na vida: dar uma palestra, falar em uma reunião de bairro ou fazer uma entrevista de emprego. Para dominar esta disciplina, o treinamento provou ser uma das formas mais eficazes.

Também foi visto que o medo de falar em público é uma condição generalizada na população, chegando em alguns casos ao grau de fobia. Esse medo pode ser abordado de várias formas: por meio de técnicas com profissionais, como reestruturação cognitiva, ou por meio do uso de ferramentas que utilizam a tecnologia para tratar fobias.

Por esses dois motivos nasceu nosso projeto, com a ideia de contribuir em ambos os sentidos: tanto para oferecer uma ferramenta de treinamento para a capacidade de falar em público, na qual os palestrantes possam praticar suas apresentações em um ambiente seguro quanto servir como ferramenta para ajudar as técnicas profissionais a superar ou aliviar o medo de falar em público, servindo como um passo preliminar para a exposição à situação real.

Técnicas baseadas em Realidade Virtual deram origem a muitas pesquisas de campo e sua aplicação neste tipo de fobias. A literatura sobre o assunto é abundante e os resultados são, na melhor das hipóteses, promissores.

A realidade virtual permite que o paciente fique imerso em situações adversas, gerando ansiedade suficiente para intervir em seu enfrentamento. Gerar as mesmas sensações de exposição ao vivo ou imaginação baseia-se nos mesmos princípios terapêuticos da dessensibilização sistemática da TCC, de forma a permitir a extinção dessas sensações ansiosas ao longo do tempo.

As vantagens deste tipo de intervenção em relação aos tratamentos ao vivo são muitas, destacando-se, entre elas, a confidencialidade, a sensação de segurança que gera no paciente (já que é possível interromper a intervenção a qualquer momento), controle e flexibilidade, que permite um tratamento mais direto e mais curto, o que reduz custos.

A realidade virtual permite gerar situações da vida real em diferentes momentos, com alto grau de imersão devido à estimulação sensorial em diversas modalidades (áudio, visual, vestibular...), sem ficar exposto aos temidos cenários reais, que na por um lado facilitariam o tratamento do medo emocional ao ativar as estruturas envolvidas para modificá-los, ao mesmo tempo em que permitiriam ao terapeuta um maior controle dos estímulos ou cenários apresentados, evocando sensações semelhantes às produzidas em um ambiente real, mas em um ambiente percebido como seguro pelo paciente.

Além disso, como o terapeuta pode ver o que o paciente vê, ele pode avaliar a extensão dos estímulos indutores de ansiedade, permitindo a repetição da exposição quantas vezes forem necessárias (o que na exposição real nem sempre é possível).

Cenários terapêuticos mais motivadores podem ser apresentados, com o paciente sempre desempenhando um papel ativo, atento ao realismo dos ambientes simulados, pois para ser realmente eficaz, a realidade virtual deve ser muito envolvente.

Por todas essas razões, a RV se consolidou como tratamento de escolha mesmo naqueles pacientes resistentes ao tratamento tradicional.

No caso das fobias sociais, a maioria dos estudos parece confirmar a bondade deste tipo de intervenção, tendo mostrado resultados positivos em termos de redução da ansiedade e capacidade de lidar com situações inicialmente evitadas.

Embora existam aplicativos que tentam amenizar o medo de falar em público por meio da Realidade Virtual, semelhante ao que foi proposto neste projeto, em nenhum dos aplicativos examinados foi encontrada uma ferramenta que forneça uma audiência virtual responsiva em tempo real.

o Uma ferramenta de realidade virtual que considere todos os aspectos e criticidades ilustrados neste trabalho pode ser eficaz para a prática de falar em público.

o Uma audiência que fornece feedback ao orador em tempo real torna a experiência mais eficaz, pois o orador enfrenta uma situação mais real e deve modificar seu discurso e sempre se adaptar ao seu público.



BIBLIOGRAFIA:

- https://it.wikipedia.org/wiki/Discurso_di_Gettysburg
- https://it.wikipedia.org/wiki/I_have_a_dream
- Psychology with applications in Spanish speaking countries. Mexico DF.:Mc Graw Hill
- [https://www.news-medical.net/health/Treatment-of-phobias-\(Italian\).aspx](https://www.news-medical.net/health/Treatment-of-phobias-(Italian).aspx)
- Vallejo-Slocker, L., and Vallejo, M. (June 2, 2016). On systematic desensitization. An outdated or renowned technique
- Martínez Cano, (2015). Cine, Video juegos y Realidad Virtual: Estudio y perspectiva del medio audiovisual en la era digital.
- Ernest H Page and Roger Smith. Introduction to military training simulation: a guide for discrete event simulations
- Comparación de un método de segmentación JA. Pérez-Carrasco, C. Suarez-Mejias, B. Acha
- Virtual reality skills training for health care professionals in alcohol screening and brief intervention. M. Fleming, D. Olsen

EFFECTIVE METHODS TO ANSWER QUESTIONS FROM THE AUDIENCE



EFFECTIVE METHODS TO ANSWER QUESTIONS FROM THE AUDIENCE

INTRODUÇÃO

Falar em público ocorre quando se faz um discurso diante de uma plateia ao vivo. Difere de outros tipos de fala, como vídeos, que podem ser gravados. Também é diferente das apresentações online, que são criadas e depois enviadas para a Internet.

Nem todo mundo é um orador nato. Na verdade, para a maioria de nós, a mera menção de ter que falar na frente de uma plateia de qualquer tamanho causa um aumento imediato na frequência cardíaca e suor escorrendo de nossas testas.

Apesar dessas dificuldades, falar em público tem muitas vantagens, incluindo melhorar seu nível de confiança e dar a você a oportunidade de descobrir a si mesmo e ferramentas que não sabemos que você tem. Além disso, ter competências eficazes de falar em público pode ajudá-lo a encontrar um emprego. Muitos trabalhos, como instrutor ou profissional de vendas, exigem que você fale em público e, mesmo quando um trabalho não inclui falar em público na descrição do trabalho, os empregadores ainda valorizam candidatos com competências eficazes de falar em público.

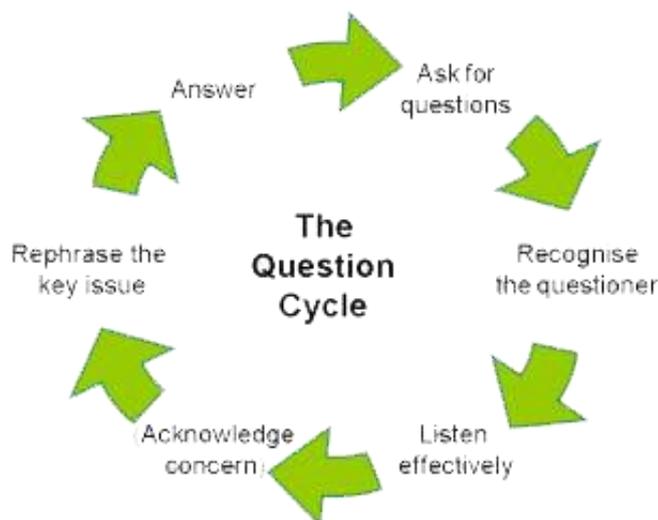
Em termos de definição sobre falar em público e de acordo com a Wikipedia, falar em público é o processo de falar para um grupo de pessoas de maneira estruturada e deliberada com o objetivo de informar, influenciar ou entreter os ouvintes. Falar em público é comumente entendido como um tipo de conversa face a face entre indivíduos e público para fins de comunicação.

Observe que falar em público não é apenas o que tradicionalmente pensamos, que é fazer um discurso na frente de um grande público, mas também toda vez que alguém fala com o público ou a imprensa. Isso pode incluir a realização de entrevistas, mas também falar com os cidadãos, mesmo individualmente em um evento comunitário. Quando você pensa dessa maneira, somos TODOS oradores públicos!

“Relações Públicas que todos nós usamos é a fala, umas melhores, outras piores, e esse é um dos ativos da sua organização ou de você mesmo que pode ser desenvolvido para se tornar uma ferramenta verdadeiramente poderosa”

LOYD, Herbert, LOYD, Peter, *Relações Públicas, as técnicas de comunicação no desenvolvimento da empresa*, Editorial Presença, Lisboa, 1995

Proferir discursos públicos é necessário tanto na sua carreira acadêmica quanto na sua carreira profissional, quando você deve apresentar seus projetos a outras pessoas, bem como em juízo ou no decorrer de algumas atividades públicas., em salas de aula, entre outros. De facto, nas Relações Públicas, falar em público é um bem essencial, um requisito obrigatório uma vez que a nossa profissão nos envolve em constante contacto com os mais variados públicos. Devemos estar totalmente preparados para qualquer tipo de ato de comunicação, seja uma conversa informal, um discurso público, uma reunião, etc.



Um motivo que causa frio na barriga ao falar em público são as perguntas que podem surgir durante ou no final da apresentação. Mesmo sendo um momento rico de troca de experiências, o medo de não saber a resposta e ficar com “cara de paisagem” na frente do público deixa muitas pessoas sem sono. Tudo isso, porém, pode ser resolvido com um bom planejamento antes da apresentação.

1. Conheça seu público: Saber com quem você está falando deve ser um dos primeiros passos na hora de montar sua apresentação. Esse conhecimento ajuda você a escolher entre linguagem formal ou informal, quais tópicos precisam ser explicados e quais tópicos de interesse você pode usar para atrair a atenção do seu público. Também lhe dará uma ideia de quais ferramentas você pode usar e a roupa mais adequada para a ocasião.

2. Conhecer a si mesmo é muito importante: Este item é ainda mais relevante do que conhecer o público, pois você será a pessoa em evidência durante o discurso. O autoconhecimento permite adaptações para que você se sinta em casa e com isso reduza as chances de errar ou esquecer os tópicos do roteiro para responder às perguntas do público.

3. Certifique-se de que conhece o conteúdo: os oradores não podem controlar tudo o que acontece, mas você deve estar bem preparado e confiante sobre o que está dizendo. Para isso, é fundamental conhecer o tema da sua palestra/sessão. Leia sobre isso, converse com outras pessoas e entenda os pontos-chave a serem abordados em seu discurso. Você pode testar se incorporou o discurso falando sobre ele enquanto faz uma atividade que não requer concentração, como uma pequena caminhada.

4. Prepare-se para o inesperado: Pode parecer contraditório, mas é possível se preparar para o que não está no roteiro. A melhor maneira de fazer isso é aceitar que você não está no comando de tudo, e que perguntas ou preocupações podem surgir do público. Nesses casos, seja honesto e diga que fará alguma pesquisa e estará mais preparado para responder qualquer tipo de pergunta. Imprevistos também podem acontecer em termos de localização, público ou ferramentas de suporte, como computadores e cabeamento, mas tente ter calma e usar o melhor dos recursos disponíveis.

5. Seja flexível e confiável: O orador deve estar preparado para o inesperado e tem muito a ver com a capacidade de improvisar e ser mais flexível, quando algo dá errado. As pessoas flexíveis podem até tirar proveito de situações que parecem ruins, porque sabem que sempre há maneiras diferentes de ver o que acontece. Por exemplo, alguma pessoa da platéia está causando problemas durante a sessão, fazendo perguntas ruins, cortando seu discurso. Nesta situação você deve ser flexível e continuar a sessão e tentar resolver todos os problemas que possam aparecer.

6. Prepare-se para algumas perguntas maliciosas: O orador deve antecipar, adivinhar e se preparar para cada pergunta, mas é possível pensar nas possíveis dúvidas que possam surgir e ensaiar algumas respostas curtas. Durante a sessão e mesmo antes da sessão, o orador deve ser objetivo e se não tiver conhecimento aprofundado do assunto, não exagere. A ideia é aproveitar esse tempo para esclarecer o máximo de dúvidas possível e ser franco se não souber a resposta, dizer que vai pesquisar, pegar o contato da pessoa de contato e enviar a resposta depois.

7. Sessão prática de perguntas e respostas: Os palestrantes podem e devem conversar, treinar, praticar, seja para uma única pessoa ou para muitas pessoas, para ganhar confiança na transmissão das ideias e no compartilhamento do conteúdo certo. A prática permitirá que você seja mais confiante e tenha confiança para falar em público. De nada adiantará você ler artigos sobre o assunto, fazer cursos específicos para esse fim, se depois não colocar em prática esse conselho.

8. Tente sentir-se confiante antes de enfrentar o seu público: O orador que mostra e mantém pensamentos negativos, pode boicotar sua própria confiança. Ele precisa adotar uma postura adequada, prestando atenção em vários aspectos de si mesmo, como respirar normalmente, ter uma boa postura corporal e tentar se manter firme, adotar uma postura confiante (ombros para trás, cabeça erguida), controlar seu nervosismo e olhe para o seu público enquanto fala com eles.

3 – DICAS PARA TRATAMENTO DE PERGUNTAS E RESPOSTAS (P&R) APÓS A PRESENTAÇÃO

As perguntas no final de uma apresentação podem ser aterrorizantes para muitos oradores, pois não podem ser controladas e são difíceis de se preparar. No entanto, as perguntas são parte importante da apresentação para todo o público, pois permitem o esclarecimento e a consolidação do aprendizado. O orador pode aumentar a utilidade da sessão de perguntas e respostas tratando-a como uma parte formal da apresentação que requer tanto planejamento e controle cuidadosos quanto a entrega do material principal.

Ao planejar a sua apresentação, precisará de preparar prompts para perguntas abertas e diretas, por exemplo, dizendo “É o fim da minha apresentação. Estarei respondendo perguntas pelos próximos 10 minutos”.

Ao lidar com perguntas e respostas, ainda precisará ser tão profissional quanto foi para a entrega principal de sua apresentação. Há muitos perigos comuns a serem evitados nesses tipos de sessões.

Por exemplo, um erro comum que costumamos ter nas sessões de perguntas e respostas é não saber a diferença entre elas, não responder à pergunta e não saber a resposta.



Sobre essa ideia, aqui estão algumas dicas, que os oradores podem usar para lidar com as perguntas da plateia:

o Faça um mapeamento das perguntas mais comuns no final de uma apresentação: Por favor, não pense que as perguntas no final das apresentações raramente surgem. Pelo contrário, eles são mais comuns do que você pensa e podem até aparecer durante o seu discurso. Por isso, é necessário estar atento a possíveis questionamentos e reflexões que sua fala possa suscitar. Normalmente, algumas perguntas serão repetidas. Isso acontece porque o conteúdo abordado pode desencadear as mesmas dúvidas, principalmente se estiver relacionado a um assunto muito específico, como a apresentação dos resultados de uma empresa. Nesse sentido, você tem algumas opções para mapear perguntas comuns ou repetidas. Tente criar uma caixa circular para que os ouvintes possam anotar suas dúvidas enquanto falar é uma delas. No final, você pode juntar os mais comuns para dar a mesma resposta. Além disso, existe a possibilidade de ouvir todas as perguntas e depois começar a responder.

o Envolver todo o público: Num mundo dominado por uma terrível informação e conteúdo sob demanda, chamar a atenção do público não é fácil. Opções e ferramentas visuais e interativas são alguns destaques que podemos utilizar em eventos de oratória. Em relação a isso, é importante lembrar que, mesmo respondendo a uma pergunta de um membro da plateia, você ainda é responsável pelo interesse dos outros membros da plateia. Esta questão assume particular importância, quando temos grandes grupos na plateia e se eles ficam entediados, quando a apresentação se transforma em uma série de discussões individuais. Os participantes da reunião tendem a ser mais focados e têm uma experiência melhor ao ver um palestrante junto com uma apresentação interativa. Um alto- orador interativo também ajuda a orientar o público com dicas visuais, reduzindo a sobrecarga de informações.

o Use sua imaginação para antecipar algumas perguntas ou questões: Ao preparar sua apresentação, imagine quais perguntas podem surgir. Muitas vezes, os espectadores vão a palestras para fazer perguntas sobre preocupações que possam ter sobre um tópico específico. No entanto, entenda isso como um interesse em sua apresentação, não como uma tentativa de prejudicá-la. Portanto, é importante que você tenha uma ideia do que pode ser perguntado para não recuar na hora de responder. Pense e desenvolva perguntas e respostas que podem ser dadas e tente ver as coisas da perspectiva deles. Ao preparar a apresentação, ensaie, por exemplo, com seus amigos, as perguntas e respostas que você dará se forem feitas algumas perguntas selecionadas e, por favor, lembre-se de dar respostas curtas e diretas.

o Faça pequenas pausas para pensar e dar a melhor resposta: Se for feita uma pergunta difícil ou mais complicada, não invente respostas. Tome um momento, respire e faça uma pausa óbvia. Isso demonstra ao público que sua resposta será única e que você está realmente pensando na melhor forma de responder. Durante a fala, é importante prestar atenção às pausas respiratórias, que

além de ajudar o ouvinte a compreender, dão tempo ao apresentador para pensar sobre o que está sendo exposto. Fique atento a esta dica prática que pode ajudar em caso de dificuldades em responder a uma pergunta. Se necessário, repita a pergunta, projetando sua voz, para que todos na plateia possam entender e ouvir o que foi perguntado. Enquanto isso, você terá tempo para organizar suas reflexões e formar algumas respostas para a pergunta. Por fim, lembre-se de que a ansiedade e a imprudência sempre serão inimigas das boas respostas.

o Incentivar perguntas e saber ouvir: Perguntas e respostas são parte integrante da comunicação eficaz entre o orador e o público. A pergunta é uma ótima ferramenta para o palestrante, pois com ela é possível descobrir o que seu público sabe sobre o assunto, mas é muito importante que você não confunda uma pergunta legítima, com uma pergunta retórica, cujo único propósito é fazer confusão no discurso do orador. Ouvir as perguntas e saber aproveitar as contribuições do público torna o público muito mais envolvido no processo. Em vários momentos você pode achar que uma pergunta foi inconveniente, evite demonstrar que achou a pergunta desnecessária ou errada. formulado, pois você pode inibir mais perguntas. responda o que puder ou diga “este assunto eu trato mais tarde” ou “este assunto não é bem o foco do nosso evento e” eu posso te dizer onde encontrar uma resposta, mais tarde”.

o Não dê respostas muito longas: A parte mais importante da apresentação já foi feita, ou seja, os temas aprofundados já foram explorados durante a palestra. Portanto, seja claro e objetivo ao dar suas respostas. Evite ir além do necessário e entrar em outros assuntos, principalmente se houver muitas perguntas a serem respondidas. Além disso, se você começar a esticar demais suas respostas, poderá incomodar seus ouvintes e comprometer a boa impressão geral causada pela apresentação.

o Silêncio : Levar muito tempo para responder a uma pergunta não é necessariamente um sinal de que não sabemos o que dizer. Pode ser apenas uma ferramenta de inteligência emocional. Se você ainda não tiver uma resposta depois de alguns segundos, sempre pode dizer a verdade e explicar que precisa de um pouco de tempo para reunir informações em sua mente, para responder melhor às perguntas. Com essa atitude, mostra que você é honesto, e que realmente quer responder e dar a resposta certa ao público.

o Não deixe que um conflito se transforme em confronto: Por falar em mediação, outro cuidado importante durante a sessão é evitar que um conflito de ideias, se transforme em um confronto pessoal. Infelizmente, ser um comunicador em apresentações também significa estar exposto a ouvintes hostis, que servem apenas para questionar com o objetivo de criar discussões. É necessário identificar essa intenção e saber diferenciá-la de um desejo genuíno de debater ideias. Limitar as respostas ao conteúdo, baseando-as o máximo possível em dados concretos, é uma maneira eficaz de evitar problemas.



o Não insista em um questionador negativo: Durante a sessão de perguntas e respostas, se alguém na plateia colocar você em uma posição difícil e fizer perguntas difíceis e negativas, é sempre importante não deixar que eles roubem a flor e tentem foco no essencial da sessão e nas pessoas que estão fazendo perguntas, de forma construtiva. Claro que pode tentar responder a uma ou duas perguntas dessa pessoa, mas nesse caso deverá seguir em frente e responder às perguntas que vêm de outras pessoas na plateia.

o Verifique se respondeu à pergunta: Após a sessão de perguntas e respostas, leve em consideração e não deixe de retornar para perguntar a todos e verificar com eles, se respondeu a todas as perguntas de forma satisfatória e, se possível, faça perguntas, como “ Respondi à sua pergunta?”. Você como palestrante, não pode encerrar a apresentação sem verificar se o público e as pessoas que fizeram as perguntas, entenderam as perguntas e respostas e se os palestrantes conseguiram atender o que pretendiam.

o Terminar na hora: Um cuidado técnico importante é não ultrapassar o tempo previsto para sua apresentação, limitando o número de perguntas para esse fim e tentando responder as perguntas de forma breve e assertiva. Um hábito saudável – e que demonstra atenção ao público – é fornecer informações de contato, caso alguém queira esclarecer dúvidas que, por enquanto, não puderam ser esclarecidas no tempo destinado às perguntas e respostas.

o Mantenha alguns slides reservados especificamente para perguntas e respostas: Uma coisa importante a fazer é escrever ou ter uma apresentação “reservada” e descobrir que alguns slides podem ajudar no final da apresentação e ajudar o orador a responder

a algumas perguntas do público. Mantenha-os à mão para a sessão de perguntas e respostas e, quando surgir uma pergunta, use-a para estar mais preparado para responder a algumas perguntas profundas e difíceis do público.

o Retorne à sua agenda ou conclusão: Após o término da seção de perguntas e respostas, você pode retornar à sua agenda pré-planeada ou ir para a conclusão de sua apresentação. Esta forma de trabalhar e conduzir a sua sessão, dá-lhe um sentido de responsabilidade e profissionalismo e permite-lhe ter a última palavra.

Antes do final da sessão, não se esqueça de agradecer ao público e se alguém precisar de uma última resposta, por favor, volte para eles e, claro, para as pessoas que fizeram perguntas que, por algum motivo, você não conseguiu responder

4 - O USO DA TECNOLOGIA NA SESSÃO DE PERGUNTAS E RESPOSTAS (Q&A)

Não há dúvida de que as sessões de perguntas e respostas ao vivo exigem um alto nível de organização por parte dos responsáveis pela preparação do evento e tentar conhecer as ferramentas e equipamentos adequados para nos ajudar a lidar com o processo, a ciência e as novas estratégias de falar em público.

A utilização da tecnologia na sessão de perguntas e respostas, permite-nos explorar vários ou específicos tópicos, responder a questões sobre muitos assuntos e resolver muitos problemas que possam estar presentes durante este tipo de eventos.

A utilização das plataformas corretas e de uma boa estrutura durante o evento são essenciais para garantir uma sessão atrativa e por isso devemos estar preparados e bem organizados para lidar com este tipo de sessões.

Esse tipo de evento pode ser organizado e utilizado por quase todos, empresas, ou por pessoas, ou qualquer tipo de palestrante e essa estratégia visa conectar o público com quem gera o conteúdo para educar e, principalmente, criar interações, entre eles.

Atualmente, existem muitos pacotes de software que permitirão que seu público envie perguntas ou respostas, como uma enquete em seus dispositivos móveis, por exemplo. Os custos não são muito grandes para as empresas ou mesmo a nível individual, mas os benefícios para o engajamento são grandes e o público se beneficia com isso.

O uso desse tipo de sistema nos dá a chance de nosso público responder a uma pergunta em tempo real e mostrar ao nosso público os resultados de nossas perguntas e respostas e construção de ideias.

O software de perguntas e respostas é muito importante quando falamos de interação com o público, um público muito específico (às vezes) e claro, quando estamos a recolher perguntas do nosso público.

Quase software de resposta do público, também conhecido como interação com o público ou software de engajamento do público, como mencionei anteriormente, permite que os palestrantes interajam com o público dos eventos ao vivo, enquetes ao vivo e, neste caso, nas sessões de perguntas e respostas. Este tipo de software é usado para engajar o público e trazer para os eventos diferentes e melhores níveis de interatividade, quando organizamos sessões de conferência, palestras, entre outros tipos de eventos onde falar em público é necessário. Esses tipos de ferramentas facilitam as tarefas do palestrante durante os eventos, permitindo que os membros do público enviem perguntas e respondam a perguntas, enquetes, questionários por meio de seus dispositivos pessoais, incluindo smartphones, tablets e laptops.

4.1 – A importância do uso da Tecnologia

A tecnologia de apresentação remota apresenta várias oportunidades para envolver seu público que simplesmente não existem em configurações típicas. Aqui você pode encontrar alguns exemplos, que os altifalantes podem usar:

- **Chat:** Esta ferramenta deve ser realizada com recurso (exclusivo ou cumulativo) a diferentes soluções. Os mais comuns são IRC, mensageiros instantâneos e aplicativos de bate-papo associados a plataformas de e-learning e outras soluções tecnológicas. Esta solução é perfeita para o incentivo ao contacto em tempo real, o desenvolvimento do sentido de presença e pertença social, promove também o envolvimento e compromisso com o público. Para além da dimensão social e de proximidade entre os participantes, a utilização do chat nas sessões de perguntas e respostas tem também várias outras potenciais vantagens, como o contacto direto e imediato com o orador e o público, dando feedback e respondendo às questões do público, promovendo exemplo promove a espontaneidade, que pode ser essencial em algumas sessões e com algum público específico. Por exemplo, o uso de algumas plataformas de bate-papo nos permite votar e comentar algumas perguntas e nos dá a chance de decidir o que e quando responder às perguntas.

- **Polling** – Esse processo também poderia ser muito bom, se decidíssemos usá-lo em sessões de perguntas e respostas para falar em público. Esse método pode ser usado para expressar opiniões e responder a perguntas de um público e geralmente é construído para representar as opiniões de um público e para conduzir uma série de perguntas que podem surgir do público. Em termos de definição geral, as enquetes são uma única pergunta fechada, limitada a um certo número de pessoas e é bom obter respostas instantâneas delas. As perguntas e respostas podem nos ajudar muito durante nossa sessão de oratória e, claro, durante a sessão de perguntas e respostas. Com esta ferramenta tecj e outras semelhantes, incentiva o público a responder as perguntas com honestidade e nos dar muita informação, sobre o público e que está presente e está respondendo as perguntas.
- **Mentimeter** é uma plataforma de apresentação interativa para conduzir sessões de perguntas e respostas



ao vivo, enquetes e muito mais. Podemos usar essa ferramenta, por exemplo, para conduzir e engajar sessões de perguntas e respostas e permitir que os participantes enviem perguntas ao apresentador usando seus smartphones ou algum outro recurso tecnológico.

- **Salas Temáticas:** Esta pode ser uma ferramenta importante e boa para usar durante uma sessão de perguntas e respostas. Podemos dividir um Zoom ou outra plataforma, com muitas pessoas, em pequenos grupos de poucas pessoas, onde é mais fácil comunicar e facilitar a interação entre as pessoas. Usando esta ferramenta podemos organizar workshops, palestras ou qualquer outro tipo de evento para os participantes e trabalhar com eles separadamente. Também é uma ótima ferramenta que você pode usar durante a fala em público, para trabalhar em questões específicas. Para isso, você pode usar e entrar em um navegador de desktop, aplicativo móvel ou navegador móvel.
- **VoxVote** – é uma plataforma interativa, onde podemos criar perguntas, fazer perguntas ao nosso público e votar e discutir os resultados do gráfico ao vivo. Com esta ferramenta, às vezes chamada de Voz do nosso Público, pois esta ferramenta pode atuar como líder do sistema Audiência/Resposta. Esta ferramenta foi especialmente pensada para o orador ocasional e profissional que pretende interagir com o seu público de forma inovadora e profissional, num evento ao vivo ou numa videoconferência online.

○ **Slido** – É também uma plataforma interativa, que pode ser usada num evento e é uma ferramenta simples de usar na sessão de perguntas e respostas. Ajuda as pessoas a tirar o máximo proveito dos eventos, fazendo a ponte entre os oradores e o seu público. De profissionais de comunicação interna a formadores, líderes de equipa, organizadores de conferências e apresentadores individuais, o Slido é usado por qualquer pessoa que queira permitir uma conversa aberta numa reunião ao vivo, seja presencial ou virtual. O Slido é uma ótima maneira de envolver o seu público e, por exemplo, permite que os palestrantes façam crowdsourcing das principais perguntas do público e maximizem o tempo de perguntas e respostas, permitindo que as pessoas votem nas suas perguntas favoritas, entre outras.



5. DICAS PARA USAR APÓS A SESSÃO DE PERGUNTAS E RESPOSTAS

o Entregar uma conclusão: Muitas pessoas se preocupam apenas em conduzir os primeiros minutos da apresentação e esquecem que a conclusão deve ser igualmente relevante e envolvente. Bons oradores não deixam o nível de atenção do público cair e são capazes de manter o interesse na mensagem até o último minuto, mesmo nos assuntos mais densos.

o Não esqueça de verbalizar que está prestes a concluir a ideia e rever (em bullets, rapidamente) os principais pontos que foram abordados, pois permite que você se envolva mais com o público e claro, se achar relevante no caso, não se esqueça, durante a preparação da apresentação, de antecipar os pontos que podem ser levantados neste momento e preparar possíveis respostas para evitar situações desconfortáveis ou delicadas.

o Terminar na hora: Um cuidado técnico importante é não ultrapassar o tempo previsto para sua apresentação, limitando o número de perguntas para esse fim e tentando responder as perguntas de forma breve e assertiva. Um hábito saudável – e que demonstra atenção ao público – é fornecer informações de contato, caso alguém queira esclarecer dúvidas que, por enquanto, não puderam ser esclarecidas no tempo destinado às perguntas e respostas.

o Esteja preparado para responder a mais perguntas depois: Em última análise, você quer que sua apresentação inspire seu público, inicie conversas e crie novas ideias. Você deve sempre informar ao seu público que você está pronto e feliz para responder a todo e qualquer tipo de pergunta que possa aparecer e não couber na sessão de perguntas e respostas que acontece antes. O Palestrante deve estar preparado e abraçar todas as perguntas que possam ser feitas pelo público, mesmo que você ache que sua apresentação foi muito boa e teve um impacto marcante no evento.

6. CONCLUSÃO

Entender esses pontos permite que você esteja preparado para a sessão de perguntas e respostas e evite erros e problemas que possam aparecer ao responder às perguntas do seu público. Essas dicas e conselhos ajudam você a manter sua credibilidade e profissionalismo, veja como você os aborda com graciosidade e justiça.

Embora seja bom cobrir todas as perguntas possíveis em seu discurso sem a necessidade de esclarecimentos, sempre haverá alguns ouvintes que farão o seu caminho para dar feedback. Dado que seu tempo é limitado para apresentar sua mensagem, é importante se preparar para possíveis perguntas para ajudá-lo a fornecer respostas mais claras e concisas.

Ao receber o feedback do público, mantenha seu desempenho deixando seu tom de fala e linguagem corporal mostrar que você está interessado e disposto a responder a quaisquer perguntas.

Como todo o seu desempenho depende de como a pessoa inicia e termina a sua apresentação com sucesso, não deve negligenciar nenhuma das coisas que foram colocadas neste documento, para que conclua a sua apresentação e sessão de perguntas e respostas, um sucesso.

BIBLIOGRAFIA:

- Public speaking handbook / Steven A. Beebe, Susan J. Beebe. — 4th ed. p. cm
- Guidelines for Developing an Oral Presentation Assignment and Rubric and for Assessing the Communication GELO “Speaking” on the Classroom Level
- Windingland, Diane. “13 Tips for Handling a Question and Answer Session.”
- VirtualSpeechCoach.com. May 2, 2012.
www.virtualspeechcoach.com/2012/05/02/12-tips-for-handling-a-question-and-answer-session
- Decker, Ben. “Avoid These Don’ts During Presentation Q&A Sessions.”
- Mandel, S. (1993). *Effective Presentation Skills: A Practical Guide for Better Speaking*. Ontario, Canada: Reid Publishing Ltd.
- https://en.wikipedia.org/wiki/Public_speaking
- <https://www.mindtools.com/CommSkll/PublicSpeaking.htm>
- <https://www.mentimeter.com/pt-BR>
- <https://knowledge.clickmeeting.com/faq/what-are-breakout-rooms-and-how-do-they-work/>
- <https://www.socialtables.com/blog/attendee-engagement/qa-session/>



METHODS FOR CREATING EFFECTIVE PRESENTATIONS



METHODS FOR CREATING EFFECTIVE PRESENTATIONS

INTRODUÇÃO

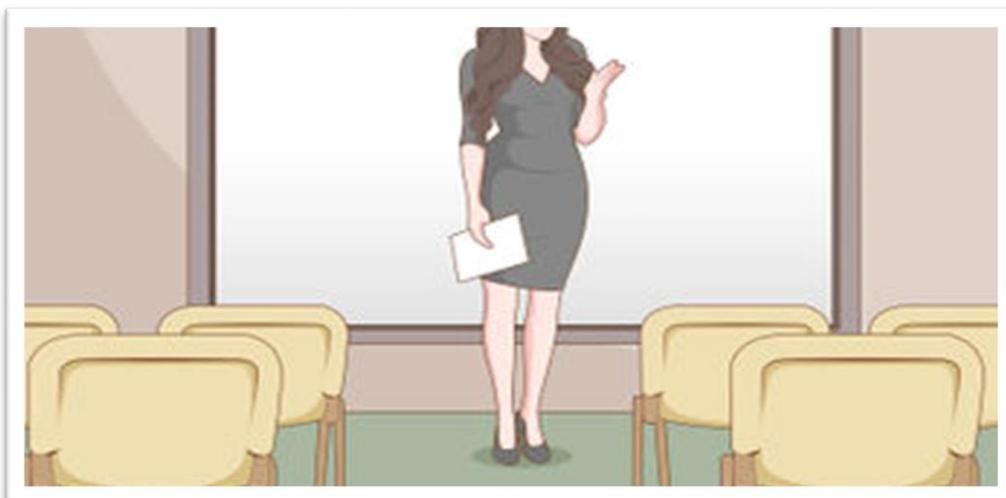
“O discurso é poder: o discurso é persuadir, converter, encorajar.”

Ralph Waldo Emerson

Quase todas as pessoas ativas (vacinadas ou não) deparam-se todos os dias (às vezes, mesmo aos fins-de-semana) com a necessidade de apresentar a si própria ou aos resultados do seu trabalho, informação a vários ouvintes. Mesmo os projetos interessantes e úteis, incluindo os projetos Erasmus Plus, devem ser devidamente comunicados à consciência da Agência Nacional, dos grupos-alvo e das partes interessadas – ou qualquer outro tipo de público. Todos podem se lembrar de exemplos de apresentações bem-sucedidas e malsucedidas, êxtase do sucesso e decepção por não conseguirem apresentar os resultados de muitos dias de trabalho para que ouvissem, entendessem e concordassem consigo. Surge a pergunta: é possível aprender a arte da apresentação? Este guia destina-se a cobrir as principais etapas de preparação e condução de uma apresentação, destacar as características, "barreiras" de cada tipo de apresentação e dar conselhos, mas o sucesso da apresentação dependerá de suas competências de comunicação, capacidade de organização e aplicação prática dos princípios da apresentação eficaz.

Os “Métodos para criar apresentações eficazes” destinam-se a todos os interessados em falar em público com sucesso. O capítulo pode ser útil para qualquer pessoa que queira dominar competências de apresentação eficazes.

Este capítulo do manual está estruturado de tal forma que cada seção trata das etapas individuais de preparação e apresentação, por isso aconselhamos o leitor a seguir a lógica da apresentação do material.



“Se não consegues escrever a tua mensagem numa frase, não conseguirás dizê-la numa hora.”

Dianna Booher

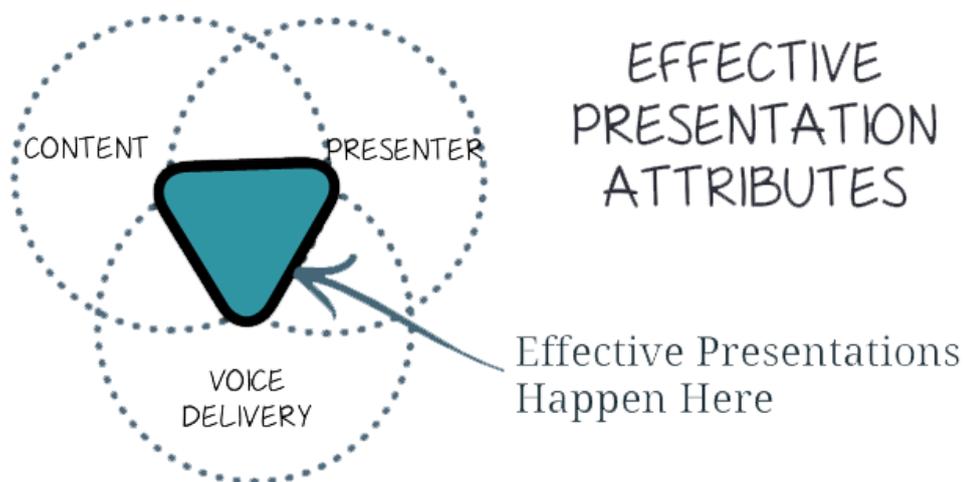
Um longo caminho foi percorrido desde o surgimento das ideias até à sua implementação. Boas ideias raramente fazem seu próprio caminho. Hoje, mais do que nunca, é importante apresentar as suas ideias, propostas, produtos, conquistas, ou seja, transmiti-los e mostrá-los aos outros. A apresentação é considerada como uma parte especial separada do processo de comunicação, ou seja, transmissão interpessoal de informações com base no feedback para alcançar o resultado desejado.

Uma característica distinta da apresentação é a sua interatividade: a mensagem é feita no modo de diálogo com os participantes.

OBJECTIVOS DA APRESENTAÇÃO

Toda comunicação envolve a formulação precisa de metas a serem alcançadas. Esses objetivos podem ser resumidos da seguinte forma:

- MOTIVAR (INDUZIR) ALGUÉM A CONSIDERAR UM PROBLEMA ESPECÍFICO, TOMAR UMA DECISÃO OU AGIR;
- CONVENCER ALGUÉM (PARCEIRO DO PROJETO, PARCEIRO POTENCIAL, CLIENTE, ETC.) NA REALIDADE, SIGNIFICADO, SUCESSO POTENCIAL, ETC. SUA PROPOSTA.
- INFORMAR SOBRE ALGO POTENCIAL OU REALMENTE INTERESSADO.
- ASSIM, A APRESENTAÇÃO FOI DESENVOLVIDA PARA AJUDAR A CRIAR AS CONDIÇÕES MAIS FAVORÁVEIS PARA ALCANÇAR OS RESULTADOS MAIS ESPECÍFICOS DE ACORDO COM SEUS OBJETIVOS.



PRINCÍPIOS DE COMUNICAÇÃO

Cada apresentação vive a sua própria vida, a sua eficácia é determinada por uma situação específica. Não existe um e único caminho para o sucesso. Podemos falar sim sobre formas mais ou menos eficazes. No entanto, a probabilidade de sucesso aumentará se seguir os princípios básicos da comunicação.

- *PLANEAMENTO*: Como remetente da informação, deve saber claramente quem será o destinatário da informação e imaginar as respostas para as perguntas: o quê? a quem? Onde? quando? para qual propósito?
- *ESTRUTURA*: Precisar de priorizar, enfatizar e destacar os principais temas e aspectos da informação que está sendo veiculada.
- *FORMULAÇÃO DO PROBLEMA*: Precisar apresentar o tema de sua palestra. Isso permitirá que o destinatário sinta rapidamente o problema e entenda melhor o contexto, para evitar interpretações imprecisas das informações.
- *GENERALIZAÇÃO E REPETIÇÃO*: Deverá periodicamente resumir e repetir as principais disposições da informação transmitida, ajudando o destinatário a estruturar melhor o material e, se possível, levantar questões intermediárias de esclarecimento.
- *DECLARAÇÃO DE FATOS*: A sua mensagem deve ser baseada em factos, não em opiniões. A mensagem deve ter uma forma lógica clara, não uma estrutura vaga.
- *CONSIDERANDO AS ESPECIFICIDADES DO DESTINATÁRIO*: Ao preparar e transmitir uma mensagem, deve-se considerar a linguagem e terminologia adotadas pelo destinatário, seu nível e natureza de conhecimentos e qualificações.
- *CONTROLE DE COMUNICAÇÃO*: Diferentes destinatários reagem de forma diferente à mesma mensagem. Portanto, é necessário reagir com flexibilidade e alterar a informação que transmite, a sua estrutura e natureza. Deve estar perto das especificidades do destinatário.
- *ESCOLHER O CANAL CERTO* para transmitir as informações: O canal de transmissão deve corresponder à natureza das informações que transmite e às especificidades do destinatário da mensagem.
- *ESCOLHA DA FORMA CORRETA* de apresentação da informação (codificação): A forma deve ser adequada à natureza da informação que fornece e às características do destinatário.

A APRESENTAÇÃO COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO

Ao preparar uma apresentação, é necessário apresentar os principais elementos do processo de comunicação. Esses incluem:

- o *REMETENTE* - A PESSOA QUE TRANSMITE AS INFORMAÇÕES, I.E. VOCÊ, CARO LEITOR;
- o *MENSAGEM* - INFORMAÇÕES FORNECIDAS POR SI DE UMA FORMA OU DE OUTRA (CODIFICAÇÃO);
- o *CANAL DE TRANSMISSÃO, MEIO DE TRANSMISSÃO* - CARTA, DOCUMENTO, DISCURSO, DEMONSTRAÇÃO.
- o *DESTINATÁRIO* - A PESSOA A QUEM A INFORMAÇÃO SE DESTINA E QUE A INTERPRETA (DECODE).

O processo de comunicação e a interação dos principais elementos de comunicação podem ser representados de forma esquemática (Fig. 1.1).

A AUDIÊNCIA

De acordo com os objetivos da intenção, podem ser distinguidos os seguintes tipos de audiências:

Estruturas educacionais

Estes incluem Universidade, que treina estudantes, institutos estrangeiros que estão envolvidos na admissão e formação adicional de estagiários.

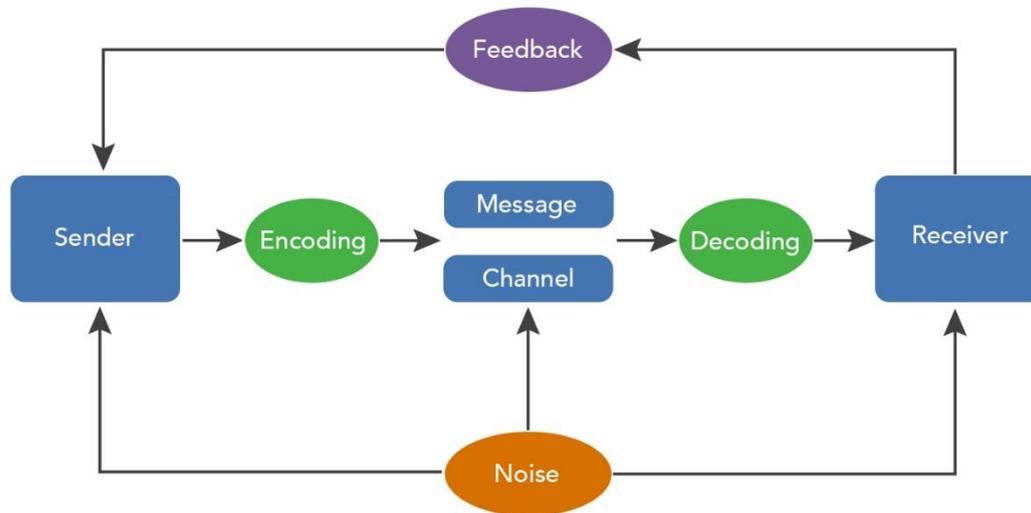


Fig. 1.1. Processo de comunicação

Eles também podem cumprir o papel de uma organização de consultoria, determinando o local da prática e facilitando a passagem da prática em uma determinada empresa. O papel da estrutura educacional é desempenhado por empresas estrangeiras, onde os estagiários praticam.

Potenciais parceiros: incluem-se as empresas em que a intenção se realiza, bem como outras empresas com as quais a estagiária procura estabelecer parcerias durante a sua estadia no estrangeiro.

Cientes em potencial: Os clientes em potencial podem ser tanto empresas que aceitam estagiários para prática quanto outras empresas que o estagiário procura atrair como clientes de sua organização.

Estruturas públicas: Estas podem incluir, por exemplo, organizações públicas e culturais, sociedades desportivas, representantes dos meios de comunicação social.

PRINCIPAIS TÓPICOS DAS APRESENTAÇÕES

Durante o estudo e intenção no exterior, as apresentações mais comuns são sobre os seguintes tópicos:

o apresentação da organização.

o apresentação do projeto (por exemplo, um projeto de graduação).

o apresentação da corrente e resultados da intenção.

o apresentação de si mesmo.

Observe que o tema e o objetivo da apresentação podem ser completamente diferentes!

Por exemplo: Uma apresentação sobre o tema "Sistema de qualidade em uma organização" pode ter como objetivos tanto convencer um cliente potencial a adquirir seus produtos quanto provar a um potencial parceiro

estrangeiro a possibilidade de produção conjunta. Outro objetivo desta apresentação pode ser esclarecer os problemas de qualidade para os quais gostaria de encontrar uma solução em sua empresa estrangeira anfitriã.

Pode ser solicitado a fazer uma apresentação separada ou fazê-la no âmbito de um evento: reunião, conferência, exposição, etc. também alterando significativamente seu conteúdo.

FORMULÁRIOS DE APRESENTAÇÃO

Pode combinar condicionalmente todos os tipos de apresentações em dois grandes grupos:

o mensagens orais.

o apresentações audiovisuais.

o Cada uma das formas listadas acima tem suas próprias vantagens e desvantagens (ver Tabela 1.1).



Comunicação Oral

A forma mais simples de apresentação é a apresentação verbal, ou seja, a comunicação oral na forma de um discurso para uma audiência. Pode complementar a comunicação oral distribuindo o texto do seu discurso aos participantes. A comunicação oral também é parte integrante das apresentações usando materiais de demonstração.

A comunicação oral pode ser realizada em qualquer sala e diante de qualquer número de ouvintes, e os meios técnicos (microfone) podem ser necessários apenas quando se fala diante de um grande público.

Por outro lado, apesar da aparente simplicidade, as comunicações orais exigirão uma preparação muito cuidadosa de sua parte. O principal perigo é que cada ouvinte desenvolva sua própria ideia visual do assunto de sua mensagem, às vezes muito diferente da real.

Durante a intenção, fará muitas comunicações orais, tanto durante as apresentações quanto durante as reuniões informais.



o **Apresentação tradicional:** Os meios tradicionais de comunicação oral da realidade visual aumentada incluem meios técnicos simples como vários quadros, flipcharts (flipcharts) e cartazes.

O uso de quadros de giz bem conhecidos (que dificilmente encontrará, por exemplo, na Alemanha), as suas contrapartidas modernas de plástico - pinwands ou flipcharts (grandes blocos de flip-flop em suportes) são convenientes para realizar apresentações em um modo interativo e na presença de um pequeno público, quando a imagem deve ser compilada por causa da discussão e não é preparada com antecedência. Essas ferramentas tradicionais de visualização são adequadas para reuniões de grupo de trabalho, mesas redondas e similares. *Um inconveniente notável é a quantidade limitada de informações que podem ser apresentadas em um quadro branco ou flipchart.*

Os cartazes são mais usados em apresentações. Esses materiais são preparados com antecedência e as alterações subsequentes envolvem a reformulação de pelo menos um dos cartazes. Além disso, surgem dificuldades adicionais para armazenar, transportar e pendurar cartazes. Portanto, eles são cada vez menos usados para apresentações.

o **Apresentações usando demonstrações projetadas:** Esta forma de apresentação é a mais comum atualmente. Os materiais visuais necessários são feitos na forma de transparências ou transparências (slides). Pode preparar as imagens projetadas com antecedência ou imprimi-las à mão em filme durante a apresentação.

Para projetar, precisará de um equipamento especial: um projetor de filmes - overhead - ou um projetor para transparências. Se encontrar o primeiro tipo de projetor, os projetores de slides já são bastante raros.

o **Apresentações em vídeo de demonstração:** Tais apresentações são mais frequentemente utilizadas em exposições, o que permite recuperar os custos de produção de materiais de vídeo. Pode, é claro, usar os existentes em sua organização. Ao usar em intenções estrangeiras, não se esqueça da diferença nos sistemas de gravação de vídeo. Exibir uma imagem colorida em preto e branco ou exibir sem som não é eficaz.

o **Apresentação eletrônica:** Os meios eletrônicos são usados para apresentar grandes quantidades de informações. Essas informações podem ser divididas em exibições de demonstração, incluindo animação e informações estáticas criadas usando gráficos de computador. Hoje, apresentações deste tipo são as mais comuns, pois permitem apresentar visualmente os resultados do seu trabalho, são tecnicamente fáceis de fornecer (computador e projetor).



“Existem sempre três discursos, para todas as pessoas realmente usarem. Aquele que foi praticado, aquele que foi usado e aquele que gostarias de ter usado.”

Dale Carnegie

Uma apresentação bem-sucedida sem qualquer preparação é uma sorte rara e acidental. Por trás da leveza externa das apresentações brilhantes de profissionais reais estão a preparação cuidadosa da apresentação, o planeamento dos materiais de demonstração, a coleta e síntese da informação necessária, um conhecimento claro do prazo e a escolha correta dos meios técnicos necessários.

A responsabilidade por uma apresentação malsucedida recairá sobre si e, portanto, não poderá delegar a sua preparação a mais ninguém.

PREPARAÇÃO DA EXECUÇÃO

A apresentação oral durante uma apresentação determinará em grande parte seu sucesso. A preparação de uma apresentação inclui as seguintes etapas:

- o FORMULAÇÃO DO PROPÓSITO DA APRESENTAÇÃO;
- o ESCOLHA DA FORMA DE APRESENTAÇÃO;
- o ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE DESEMPENHO;
- o ELABORAÇÃO DAS TESES DO DISCURSO;
- o RECOLHA E GENERALIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS;
- o COMPILAÇÃO DE UMA LISTA DE MATERIAIS DE DEMONSTRAÇÃO;
- o ESBOÇOS DE FIGURAS, DIAGRAMAS, TABELAS E GRÁFICOS;
- o "LIGAÇÃO" DOS MATERIAIS DE DEMONSTRAÇÃO ÀS DISPOSIÇÕES DO DISCURSO;
- o ELABORAÇÃO DE TEXTO DETALHADO DO DISCURSO;
- o DESEMPENHO DE TESTE NA FRENTE DE COLEGAS;
- o DISCUSSÃO DE DÚVIDAS E COMENTÁRIOS DE COLEGAS;
- o POSSÍVEIS ALTERAÇÕES E ADIÇÕES AO DESEMPENHO E MATERIAIS DEMONSTRADOS;
- o DESEMPENHO DE NOVA EXPERIÊNCIA.



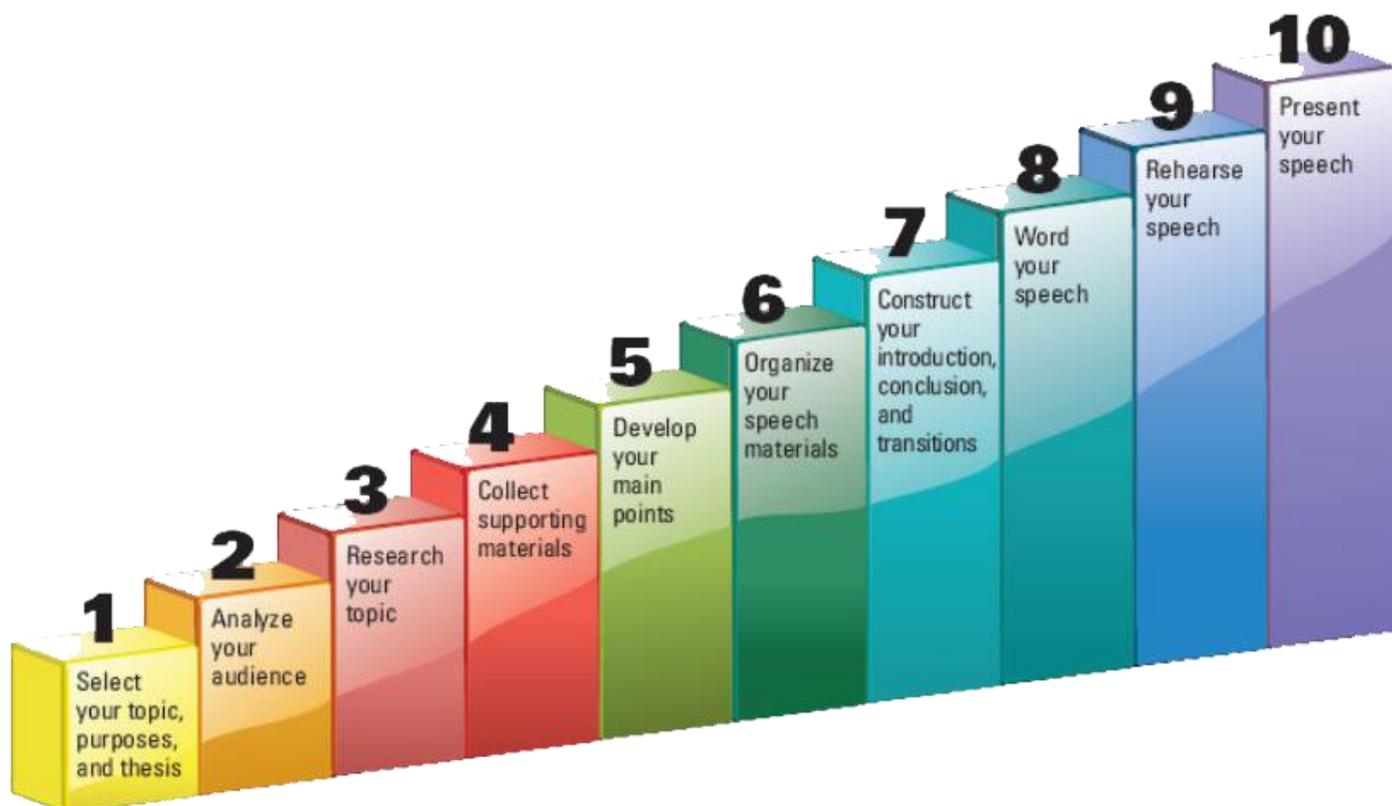


Fig. 2.1. Preparação da apresentação Desenvolvimento de um plano de discurso

Uma seqüência esquemática de etapas é mostrada na Fig. 2.1.

Qualquer desempenho tem uma estrutura externamente semelhante:

- o INTRODUÇÃO.
- o PARTE PRINCIPAL.
- o CONCLUSÃO.

Ao preparar a sua apresentação, é recomendável iniciar qualquer introdução apresentando-se. Deve ser muito curto se não for o objetivo real da apresentação. Após a apresentação, é necessário informar aos participantes sobre o objetivo da apresentação. A introdução deve então conter uma breve descrição do que será discutido na parte principal.

A parte principal do discurso é projetada para transmitir aos participantes a quantidade necessária de informações necessárias para atingir seu objetivo.

Por exemplo, uma apresentação de uma organização pode ter, entre outros, os seguintes objetivos: exportar produtos, encontrar uma solução para o problema de otimização da estrutura de gestão. Obviamente, a parte principal da apresentação para esses dois casos será completamente diferente.

Apresentadores experientes recomendam mencionar novamente os pontos principais da parte principal do discurso em sua conclusão. Finalmente, o desejo do orador para o público pode ser expresso.

Por exemplo, a chefe do departamento de RH encerrou seu discurso aos colegas dizendo: "Espero que vocês tenham uma ideia dos problemas que enfrentamos na nossa organização hoje. Espero realmente o apoio de vocês".

Os componentes do discurso devem estar logicamente relacionados entre si. Ao mesmo tempo, é aconselhável evitar voltar ao que já foi dito. As repetições são ainda mais indesejáveis. Portanto, é recomendável que elabore um plano de apresentação gráfica simples.

Na fig. 2.2 mostra uma das opções possíveis para um plano de fala dedicado ao projeto de coprodução de um novo produto com um potencial parceiro.

Ao planejar uma performance e prepará-la, muitas vezes há o desejo de ter tempo para dizer o máximo possível. Tente dividir todos os materiais em três partes já na fase de planejamento do seu discurso:

- o MAS - ALGO QUE VOCÊ NÃO PODE FAZER SEM ISSO É O SEU DESEMPENHO.
- o EM - O QUE É DESEJÁVEL INCLUIR: ISSO PODE SER ÚTIL QUANDO PRECISA FAZER ESCLARECIMENTOS, BEM COMO RESPONDER A POSSÍVEIS PERGUNTAS.
- o DE - SE POSSÍVEL, O QUE GOSTARIA DE MOSTRAR ADICIONALMENTE, ESTA É A SUA RESERVA "APENAS POR CASO".



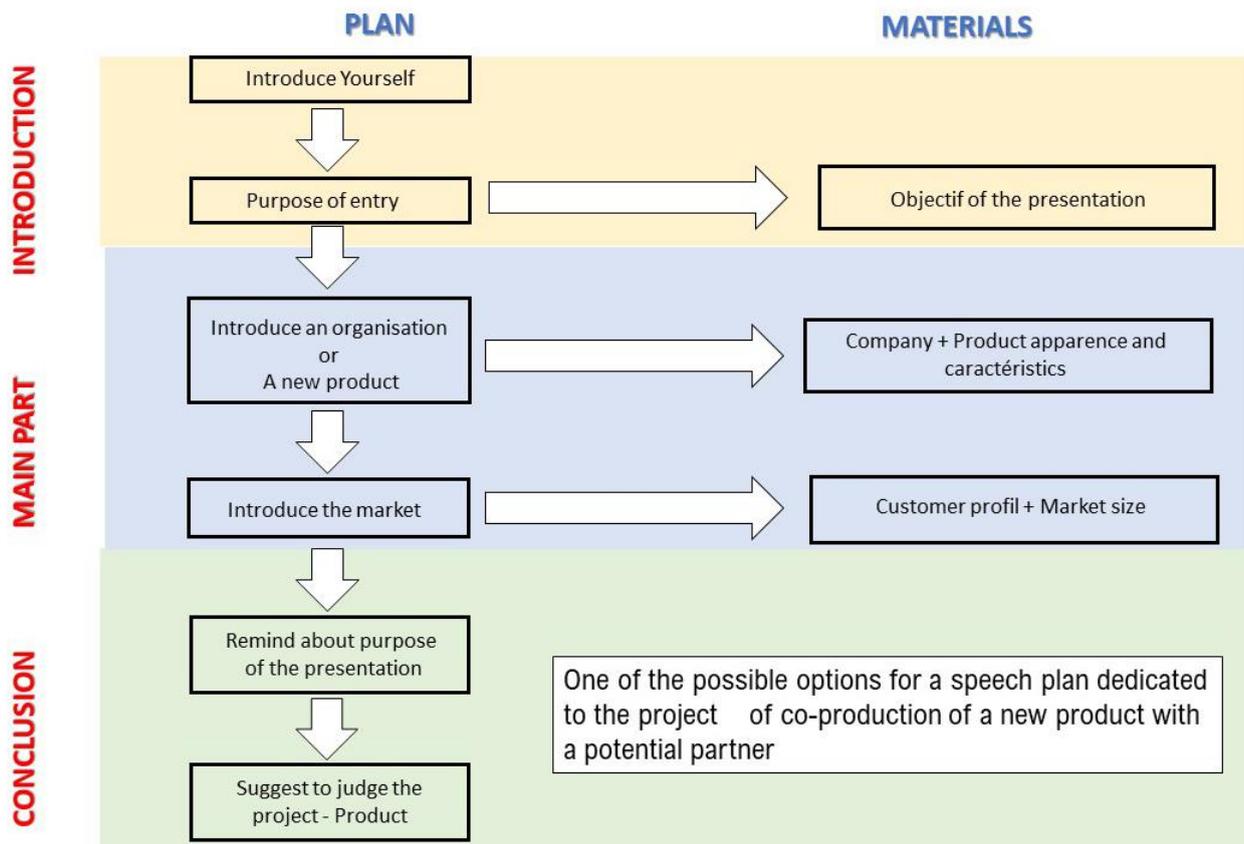
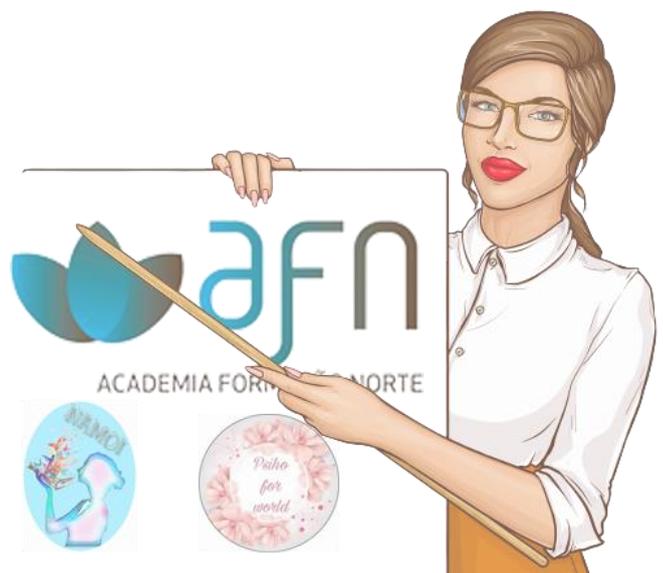


Fig. 2.2. Possível versão de dedicado ao projeto de coprodução de um novo produto com um potencial parceiro

Já na fase de planeamento de uma performance, recomendamos que você preste muita atenção à linguagem dela. Normalmente, oradores inexperientes tentam causar a melhor impressão "malabarizando" um grande número de termos técnicos, tentando expressar pensamentos simples da maneira científica mais complexa.

Tente enquadrar a sua apresentação usando palavras simples e claras. Evite complicações e alto estilo. Ao mesmo tempo, a apresentação primitiva também é destrutiva de pensamentos simples.



Além da apresentação oral, é recomendável que tenha um texto. Em termos de volume, este texto pode corresponder ao discurso, ser mais (materiais estendidos) ou menos (resumo curto) do discurso. O material do texto, assim como a performance, deve ser preparado pelo próprio orador. Isso permite excluir a aparição no texto de inconsistências com a mensagem oral, dados desatualizados, erros e erros de impressão.

- **Exemplo 1.** *"Você disse que o faturação da sua empresa é... E no texto há um número completamente diferente!" "O departamento de contabilidade preparou este material para mim. Acho que eles pegaram os números do relatório do ano passado. O que eu disse está correto."*
- **Exemplo 2.** *. Durante uma apresentação oral da sua organização, falando para a mesma plateia, três colaboradores deram três números diferentes para o número de colaboradores: 8, 10 e 12 mil pessoas! Os participantes da apresentação ficaram incrivelmente surpresos com o rápido crescimento do emprego, já que as apresentações ocorreram com um intervalo de apenas 5 minutos. Os textos dos materiais também continham os três números mencionados.*

Uma quantidade extremamente grande de texto deve ser evitada. É possível que os ouvintes não tenham tempo não apenas para estudá-lo em detalhes, mas também para lê-lo em geral.

Há outro perigo: tendo recebido o texto antes do início da apresentação, os participantes podem se empolgar ao lê-lo e ouvir os pontos importantes do discurso.

Muitas vezes, apenas materiais adicionais são entregues aos participantes, cujo conteúdo é referenciado pelo apresentador: vários tipos de tabelas, documentos, relatórios, etc.

MATERIAIS DE DEMONSTRAÇÃO DE PLANEAMENTO

O principal objetivo do uso de materiais de demonstração é melhorar a eficácia da apresentação. A informação visual afeta o público muito mais intensamente do que a informação verbal. Existe um conhecido provérbio nacional: "É melhor ver uma vez do que ouvir cem vezes". Uma vantagem importante da informação visual é a suficiente inequívoco de sua percepção pelo público.

O número de materiais de demonstração deve estar de acordo com o princípio da necessidade e suficiência razoáveis. O interminável flashing de materiais de demonstração é ineficaz. Portanto, é necessário planejar seu volume com antecedência. Você pode estimar aproximadamente o número necessário de filmes da seguinte forma:

$$N = t / 2 \text{ onde } t \text{ é o tempo de apresentação em minutos.}$$

Se o tempo de demonstração de slides individuais não demorar mais de 10 a 12 segundos, seu número máximo pode ser $N = 2t / 3$.

Assim, por exemplo, durante uma apresentação, projetada para 20 minutos, você não pode exibir mais de 12 a 14 filmes (principalmente imagens gráficas). A percepção do material visual é visivelmente reduzida durante apresentações longas.

Por exemplo, durante uma apresentação de 30 minutos, parece razoável limitar-se a 15 a 17 fitas.

DURANTE AS APRESENTAÇÕES, NORMALMENTE SÃO DEMONSTRADOS:

- **Texto -é mostrado muito raramente.** Ao preparar esses filmes, deve limitar a quantidade de informações a 1 a 3 frases curtas. Por exemplo, o tema da apresentação, o nome do projeto em discussão, a missão da organização e uma citação podem ser apresentados na forma de material de texto.
- **Gráficos usados racionalmente para demonstrar certas tendências e relações entre variáveis.** Por exemplo, os gráficos demonstram claramente a dinâmica das mudanças nos volumes de produção, mudanças sazonais nos volumes de vendas, etc.
- **Diagramas são usados para visualizar dados numéricos.** Recentemente, diagramas de imagens têm sido amplamente utilizados. Por exemplo, os gráficos de pizza são úteis para representar as participações de mercado de diferentes fabricantes. Os hertogramas mostram graficamente a distribuição de produtos similares de diversos fabricantes por faixa de preço. Outro exemplo de gráfico de barras amplamente utilizado é o "gráfico de Gantt".
- **Esquemas convenientes para visualizar comunicações, processos e procedimentos.** Os diagramas são mais comumente usados para demonstrar estruturas organizacionais. Diagramas de fluxo ilustram processos e procedimentos de forma visual.
- **As ilustrações são usadas para mostrar a aparência de empresas, equipamentos, produtos, etc.** Também são usadas para mostrar ideias. Outro tipo de ilustração pode ser logotipos corporativos. Os últimos raramente são usados como ilustrações separadas, mas são frequentemente usados em cabeçalhos e rodapés.

PRAZO

O tempo da apresentação é limitado a certos limites, que dependem do objetivo da apresentação, do grau de interesse do público e das capacidades de tempo do público. Limitações de tempo adicionais também podem ser impostas pelas regras do evento durante o qual a apresentação está ocorrendo.

Para as apresentações mais comuns, os seguintes prazos podem ser recomendados:

- **Apresentação da organização** - não mais de 20 minutos... Ao realizar uma apresentação em uma exposição, o prazo deve ser reduzido e não pode exceder 5 minutos.
- **Apresentação do projeto** - 15 - 20 minutos (projeto de tese - 7-10 minutos).
- **Apresentação dos resultados intermediários da intenção** - até 30 minutos.
- **Apresentação dos resultados finais da intenção.** Tendo em conta que o percurso da intenção foi discutido anteriormente, a apresentação dos resultados demora cerca de 10 minutos.
- **Self-presentation** - no more than 10 minutes.



É importante levar em consideração a rotina diária da empresa onde a apresentação está ocorrendo. Não agende uma apresentação que possa se arrastar por um período próximo à hora do almoço ou ao final do dia.

APRESENTAÇÃO DO POSICIONAMENTO EM SALA

Escolher o local certo para a projeção é importante. Depende principalmente da colocação do público na sala de apresentação. Os principais tipos de posicionamento dos participantes nas apresentações, com indicação da localização correta do orador, são mostrados na Figura 2.3. O critério mais importante é a integridade e a conveniência de ver a imagem no écran para cada ouvinte.

Se possível, recomendamos colocar o écran o mais longe possível da porta da frente, pois neste caso, o participante que chegar atrasado para a apresentação não distrairá o público com a sua aparência.

Finalmente, é desejável que nenhuma luz direta de uma janela incida no écran, tornando a imagem no écran insuficientemente clara.

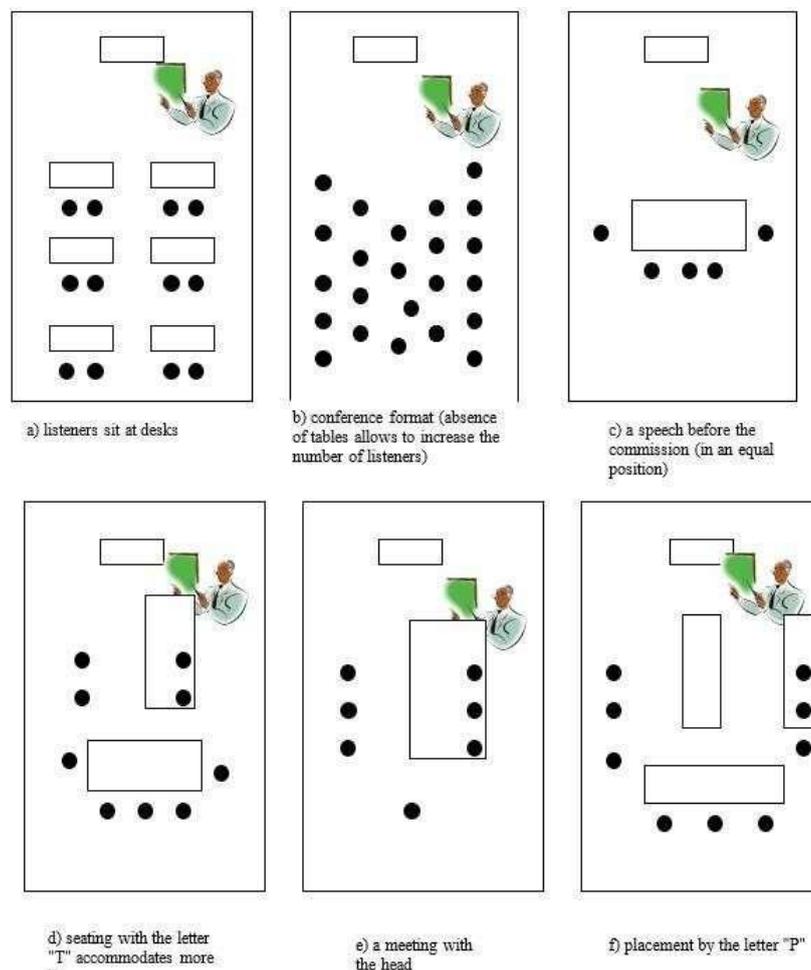


Fig. 2.3. Opções mais comuns para sentar os participantes numa sala de apresentação

“Normalmente necessito de três semanas para preparar um bom discurso de improviso.”

Mark Twain

O PowerPoint no Microsoft Office permite preparar uma apresentação em pouco tempo. Ao criar sua apresentação, selecione Do Assistente de Conteúdo Automático, que permitirá que pense em toda a apresentação do início ao fim. Se tiver experiência em fazer apresentações, a função From Design Template permitirá que crie uma apresentação com um estilo consistente.

No menu Formatar, a função Layout do slide abre os layouts possíveis do conteúdo do slide: slide de título, título, título com texto, diagramas, imagens.

Os dados apresentados nos slides estão relacionados às visões e ideias da autora, seus gostos artísticos e capacidades técnicas. Ao mesmo tempo, vale a pena considerar algumas recomendações, que podem ser úteis para os oradores:

o Não sobrecarregue o slide com informações. Os materiais originais protegidos por direitos de autor devem ter tal estrutura e conteúdo para que em um tempo suficientemente curto de sua demonstração, os ouvintes possam entender rapidamente o conteúdo da informação (devido à clareza) e reconhecê-la facilmente (devido às dimensões corretamente selecionadas dos elementos de uma imagem projetada). Muita informação em uma fita interfere na compreensão rápida do tópico como um todo. Além disso, os ouvintes podem perder informações realmente importantes. Portanto, é importante distribuir as informações uniformemente nas transparências projetadas.

o O detalhe excessivo das imagens, bem como o uso de imagens pequenas, pode levar a que as informações sejam geralmente indistinguíveis visualmente, principalmente para quem está sentado longe da tela.

o As fontes (tipos, tamanhos) devem ser selecionadas com base nas condições de boa legibilidade e percepção da imagem... São utilizadas fontes Shiroko como Times New Roman e Arial.

o Para maior clareza, títulos, texto, designações alfabéticas e numéricas devem ser realizadas em fontes de tamanhos diferentes com tamanhos de pelo menos 16. Ao repetir o mesmo texto em vários slides, por exemplo, o tema da palestra, recomenda-se manter o tipo e o tamanho da fonte.

Fontes pequenas (tamanho 14 ou menos) podem ser usadas para letras adicionais que possa precisar, mas não destinadas aos participantes.

Às vezes é conveniente fazer as seguintes anotações na parte inferior do slide: data da apresentação, local (empresa), número do slide, etc.

Os textos colocados no filme não devem ser muito longos. Como regra, uma apresentação de slides dura de 15 a 20 segundos, portanto, o texto não deve conter mais de 9 a 10 linhas e cada linha não deve conter mais de 5 a 6 palavras. Na maioria dos casos, é suficiente colocar apenas 3-4 linhas em um slide.

Apenas um tópico pode ser apresentado num slide!

As tentativas de exibir o texto completo do seu relatório no écran garantirão de forma confiável uma falha igualmente completa da apresentação!

Cor. O esquema de cores oferece amplas possibilidades adicionais. Na maioria dos casos, as cores são usadas como uma característica distintiva, por exemplo, em diagramas, gráficos, diagramas. Também pode usar as "cores da empresa" que representa, especialmente em logotipos (nomes de marcas) ou em cabeçalhos e rodapés. No que diz respeito ao uso das chamadas "cores nacionais", deve estar especialmente correto. Combinações dessas cores (branco-azul-vermelho para a Rússia e preto-vermelho-amarelo para a Alemanha) geralmente são apropriadas para apresentações relacionadas ao tema da colaboração.

o O uso excessivo de cores, principalmente em tabelas e gráficos, pode gerar incerteza na identificação. Isso é especialmente verdadeiro quando cores sutis são usadas para destacar áreas próximas ou adjacentes de gráficos. Sempre que possível, limite-se a três cores contrastantes, como azul, vermelho e verde.

o A cor vermelha em excesso pode ser percebida como ameaçadora ou excessivamente agressiva. Na Rússia, as inscrições geralmente são feitas em vermelho, os números são destacados, indicando o sucesso alcançado. Na Alemanha, os chamados "números vermelhos" representam perdas financeiras.

o Amarelo pouco adequado para rótulos e linhas. Se essa cor ainda for necessária, os tamanhos da fonte e a largura da linha devem ser duplicados em comparação com os usuais.

o O fundo deve ser suave. Não pode ser feito com uma cor "cáustica", cortante (laranja, vermelho brilhante, etc.). Tons de verde, azul, roxo e outras cores sombrias podem anular seus esforços. Numa sala bem iluminada, um fundo excessivamente claro irá misturar-se com o écran. Um fundo claro saturado com letras pretas parece preferível.

o Quadro. Ter um quadro comum que envolve toda a imagem num slide dá à imagem uma aparência completa. Os quadros também podem enquadrar partes individuais da imagem exibida.

o A ampla moldura preta (escura) é percebida como luto em todo o mundo.

o Gráficos, diagramas, imagens devem ser especialmente adaptados para projeção, "fáceis de ler" e compreensíveis.

o As tabelas raramente são usadas em apresentações... Se não pode prescindir de demonstrá-las, precisa tentar fazer com o mínimo de tabelas e simplificar as próprias tabelas o máximo possível.

o Não copie materiais existentes. Esses materiais (cópias diretas de livros, revistas, relatórios etc.) "caem" da harmoniosa fileira visual de filmes, slides preparados por si.

o Dicas às vezes muito úteis na apresentação. Eles podem ser feitos no PowerPoint como notas de slide. No entanto, não tente escrever toda a sua palestra nas margens.

o **Animação** permite que use os recursos interativos da aparência de elementos individuais do slide em partes. Também é fácil configurar no PowerPoint em Efeito de animação de apresentação de slides.

o **A apresentação de slides pode ser realizada mecanicamente ao alternar pelo próprio locutor ou pelo seu sinal** (por exemplo, a palavra "mais"), o que às vezes leva à separação do texto da fala da apresentação visual. Mudanças automáticas de slides também são indesejáveis porque o formato da apresentação pode ser alterado durante a apresentação e os slides podem ficar "atrasados" ou "à frente" do orador.

o **A repetição do slide** pode ser difícil, por isso é recomendável inserir o número do slide e imprimir uma cópia de todos os slides em papel A4 fornece uma maneira prática e sistemática de criar ideias que são compreendidas, lembradas e têm um impacto a longo prazo.



SEÇÃO 4. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA/ORGANIZAÇÃO

“Eles podem esquecer o que você disse, mas nunca esquecerão como os fez sentir.”

Carl W. Buechner

Apresentar as sua(s) própria(s) ideia(s) é o tipo mais comum de apresentação. Fará essas apresentações para variadas audiências, durante eventos formais e conversas informais com colegas estrangeiros.

Gostaríamos de chamar a atenção para o aspeto informativo da apresentação das empresas. Não se pode esperar que os participantes estrangeiros nas apresentações tenham informações suficientes com antecedência não apenas sobre sua organização, mas também sobre o estado da economia nacional como um todo.

Portanto, não comece seu discurso com as palavras: "Como bem sabe, nossa organização ..." ou "Você, é claro, conhece o estado de nossa economia após o recente bloqueio ..."

OBJETIVOS DA APRESENTAÇÃO

O objetivo da apresentação da organização pode variar dependendo das circunstâncias específicas e é determinado principalmente pelo público-alvo, diante do qual você decidirá se deve fazê-lo.

Objetivos da apresentação da organização

PÚBLICO ALVO	OBJETIVOS PRIMÁRIOS E SECUNDÁRIOS DA APRESENTAÇÃO
Potenciais clientes	Despertar o interesse pelo produto/serviço oferecido pela empresa. Construir um senso de confiança na organização.
Potenciais parceiros de negócios	Ofereça oportunidades de colaboração. Forneça informações primárias sobre sua empresa. Construir um senso de confiança na organização. Desperte o interesse pela sua empresa.
Parceiro de formação e consultoria	Apresente um problema específico para o qual sua empresa precisa de aconselhamento ou treinamento. Mostre a relação desse problema com a situação geral da organização.
Publico	Forme uma imagem positiva da sua empresa.

Tabela 5.1 fornecemos uma classificação de potenciais objetivos principais e adicionais que pode perseguir, dependendo do público-alvo.

APRESENTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO PARA POTENCIAIS CLIENTES

Em geral, a estrutura de apresentação da organização para potenciais clientes pode ser apresentada da seguinte forma:

✓ INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A EMPRESA:



- NOME COMPLETO
- LOCALIZAÇÃO;
- ANO DE FUNDAÇÃO;
- NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS;
- OCUPAÇÃO PRIMÁRIA;
- PRINCIPAIS CLIENTES;
- VENDAS ANUAIS;
- PRINCIPAIS MERCADOS GEOGRÁFICOS;
- COORDENADAS DA PÁGINA NA INTERNET DA EMPRESA.

✓ MISSÃO DA ORGANIZAÇÃO

Missão (filosofia), ou propósito, de uma organização é uma declaração verbal curta e claramente expressa sobre o propósito socialmente significativo de uma organização a longo prazo. A declaração de missão pode ser obtida quando a alta administração da organização responde às perguntas:

- "QUEM SOMOS?
- O QUE ESTAMOS FAZENDO?
- PARA ONDE VAMOS?"

A missão detalha o status da empresa, determina o capítulo e as direções do desenvolvimento da organização.

✓ ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E GESTÃO DA ORGANIZAÇÃO.

Recomendamos que apresente a estrutura geral organizacional e de gestão da organização, chamando a atenção dos participantes para a sua variedade. Os principais tipos de estruturas organizacionais incluem:

- FUNCIONAL.
- MERCADO.
- GEOGRÁFICO.
- MATRIZ
- FOCADO NO GRUPO DE CLIENTES

✓ APRESENTAÇÃO DOS PRODUTOS DA ORGANIZAÇÃO

Nem todos os especialistas são gerentes de vendas. Portanto, recomendamos que preste atenção às seguintes propriedades do produto:

3
4

¾ A NECESSIDADE SATISFEITA COM O PRODUTO;

¾ CARACTERÍSTICAS FUNCIONAIS DO PRODUTO;

¾ DESENHO;

¾ SERVIÇO PÓS-VENDA E REPARAÇÃO;

¾ GARANTIA;

¾ MARCA REGISTRADA.

OUR COMPANY STORY



KEY DATES

APRESENTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO PARA POTENCIAIS PARCEIROS

Externamente, a estrutura de tal apresentação será um pouco semelhante à estrutura da apresentação descrita acima. No entanto, recomendamos que inclua algumas seções adicionais na sua apresentação. Uma possível estrutura de apresentação será assim:

✓ INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A EMPRESA

Pode usar os mesmos sites de informações gerais da organização que usaria para uma apresentação principal. Ao mesmo tempo, no seu discurso, deve concentrar-se nas informações que comprovam a posição digna, a confiabilidade e as perspectivas da sua organização.

Por exemplo, pode chamar a atenção dos participantes para a duração da existência de sua organização (mensagens transmitidas: somos confiáveis, temos muita experiência e uma cultura de alta produção); sobre o crescimento das vendas anuais (mensagens transmitidas: somos bem sucedidos, conhecemos bem o mercado, temos boas perspectivas, produzimos produtos de qualidade).

✓ A MISSÃO DA ORGANIZAÇÃO PERMANECE ILUMINADA

✓ ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E GERENCIAL DA ORGANIZAÇÃO

É importante mostrar a adaptabilidade suficiente da estrutura de sua organização para uma interação bem-sucedida com um parceiro em potencial, prestando atenção especial às unidades estruturais que podem implementar isso diretamente na prática.

✓ COMPETÊNCIAS CHAVE DA ORGANIZAÇÃO

A demonstração anterior da estrutura também deve confirmar as competências essenciais da sua empresa, ou seja, as principais “capacidades” existentes da organização. Exemplos de competências-chave incluem: a capacidade de produzir em massa, pesquisar e desenvolver projetos, trabalhar em condições climáticas extremas, etc.

✓ PRODUTOS DE ORGANIZAÇÃO

✓ MARCA REGISTRADA;

✓ POSSÍVEIS ÁREAS DE COOPERAÇÃO COM UM POTENCIAL PARCEIRO.



APRESENTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO PARA FORMAÇÃO E CONSULTORIA DE PARCEIRO

A estrutura de tal apresentação parece ser bastante simples:

- Informações gerais sobre a empresa: desde foco na história da organização e problemas atuais de seu desenvolvimento.
- Missão da organização;
- Perfil da atividade principal da organização;
- Estrutura organizacional e de gestão da organização;
- Descrição do problema: na verdade, esta é a seção principal da apresentação, onde deve elaborar detalhadamente os problemas que deve resolver, bem como sugerir o tema desejado de aconselhamento ou áreas de estudo.

APRESENTAÇÃO DA EMPRESA AO PÚBLICO

A estrutura de tal apresentação deve ser apropriada para o tipo de público-alvo e objetivo:

- Informações gerais sobre a empresa
- Missão e valores corporativos da organização;
- Produtos da organização

3

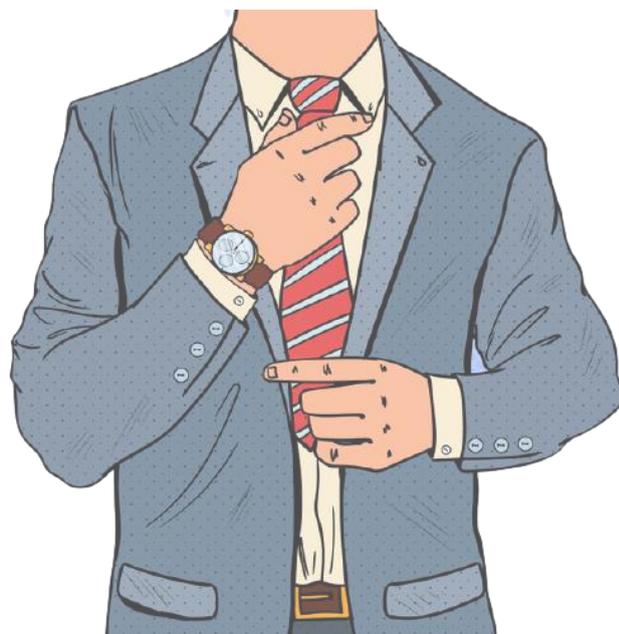
$\frac{3}{4}$ desenho

$\frac{3}{4}$ serviço pós-venda e reparação

4

$\frac{3}{4}$ garantia

$\frac{3}{4}$ marca registrada



“Nunca ninguém reclama de um discurso muito curto!” Ira Hayes

PROJECTOS

A apresentação de um projeto envolve a apresentação de algum trabalho a ser feito ou que está em determinada fase de implementação. Um trabalho já concluído, por exemplo, um projeto de graduação, também pode ser apresentado. •

O projeto, ao contrário de outros trabalhos, tem as seguintes limitações claras:

Uma tarefa específica:

- UM VOLUME DADO, EXPRESSO EM UNIDADES DE MEDIDA BEM DEFINIDAS;
- PRAZOS ESPECIFICADOS, INCLUINDO AS DATAS DE INÍCIO E FIM;
- A QUANTIDADE EXATA DE RECURSOS FINANCEIROS, MATERIAIS E HUMANOS NECESSÁRIOS;
- SISTEMA DE CONTROLO;
- EXECUTORES RESPONSÁVEIS ESPECÍFICOS.



OBJECTIVO DA APRESENTAÇÃO

Ao apresentar o seu projeto, deverá, regra geral, convidar os participantes da apresentação a avaliar o seu projeto, para ajudá-lo a implementá-lo ou a participar dele.

- NESTE CASO, OS OBJETIVOS PRINCIPAIS DA APRESENTAÇÃO PODEM SER:
- COMPROVAÇÃO DA VIABILIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO PROPOSTO.
- ACREDITAR NA REALIDADE DA SUA IMPLEMENTAÇÃO.
- MOTIVAÇÃO PARA PARTICIPAR DO PROJETO.

❖ Projeto de desenvolvimento profissional

A apresentação do seu projeto num instituto estrangeiro será antes um esclarecimento final dos objetivos da sua intenção. Tal apresentação será realizada em forma de entrevista oral, cuja estrutura será definida por especialistas estrangeiros.

Isso significa que não precisará preparar-se? De jeito nenhum! Preste atenção, em primeiro lugar, ao conteúdo da próxima seção ("Auto-apresentações"). Além disso, prepare o seu CV por escrito. Certamente precisará de ambos ao fazer uma apresentação numa empresa estrangeira, que desempenhará o papel de uma organização de formação e consultoria durante a sua prática.

A estrutura da apresentação neste caso pode ser a seguinte:

- BREVE INTRODUÇÃO (NOME, TÍTULO, FORMAÇÃO E EXPERIÊNCIA);
- INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A EMPRESA;
- ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E DE GESTÃO DA ORGANIZAÇÃO;
- O SEU LUGAR NESTA ESTRUTURA E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL RELEVANTE;
- A SUA UNIDADE (TEMPO DE EXISTÊNCIA, NÚMERO);

Assuntos chave; tarefas que pretende resolver enquanto estiver hospedado numa empresa estrangeira. Projetos de entrega de produtos

O principal objetivo das apresentações de projetos de fornecimento de produtos ao mercado externo é convencer um potencial parceiro dos benefícios que ele pode obter.

A estrutura de uma apresentação pode ser resumida da seguinte forma:

- BREVE INTRODUÇÃO (NOME, CARGO, AUTORIDADE);
- INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A EMPRESA (FINALIDADE - CONSTRUIR UM SENTIDO DE CONFIANÇA NA SUA EMPRESA);
- APRESENTAÇÃO DETALHADA DO PRODUTO EM COMPARAÇÃO COM PRODUTOS JÁ NO MERCADO;
- A SUA COMPREENSÃO DOS MERCADOS POTENCIAIS E CONSUMIDORES;
- DESCRIÇÃO DAS POSSÍVEIS CONDIÇÕES GERAIS E PROCEDIMENTOS DE ENTREGA;

Resultados esperados:

Menção da experiência de sucesso existente no fornecimento de produtos para o mercado nacional e externo.

Este tipo de apresentação é na maioria das vezes o primeiro passo, que pode ser seguido por outros passos. Com um resultado favorável da apresentação, terá que realizar vários tipos de negociações sobre condições específicas e procedimentos de entrega, formular e discutir os contratos relevantes. Portanto, não deve complicar a apresentação com todos os tipos de detalhes.

Projetos de cooperação industrial

Projetos deste tipo geralmente surgem entre empresas que já possuem experiência de cooperação ou são suficientemente conhecidas entre si. Dificilmente poderá contar não apenas com o sucesso instantâneo, mas também com muita atenção ao projeto de cooperação por parte da administração da empresa para a qual veio pela primeira vez na sua vida.

A estrutura de tal apresentação pode ser em geral da seguinte forma (dado que os participantes da sua apresentação já o conhecem):

- PANORAMA GERAL DA ORGANIZAÇÃO;
- O NOME EXATO DO PROJETO PROPOSTO;
- OBJETIVO DO PROJETO;
- RESULTADOS ESPERADOS EM COMPARAÇÃO COM OS EXISTENTES, INCLUINDO OS DE CONCORRENTES REAIS E POTENCIAIS;
- AS PRINCIPAIS ETAPAS DO PROJETO;
- REQUISITOS DE RECURSOS DE DIVERSOS TIPOS (PARA CADA ETAPA E PARA O PROJETO COMO UM TODO);
- O CUSTO DO PROJETO (PARA CADA ETAPA E PARA O PROJETO COMO UM TODO);
- PRAZO DO PROJETO;
- FORMAS E CONTEÚDOS ESPERADOS DE PARTICIPAÇÃO DE PARCEIROS ESTRANGEIROS (POR TRABALHO E ETAPAS);
- PERSPECTIVA DE PARTICIPAÇÃO FINANCEIRA DE PARCEIROS ESTRANGEIROS;
- CONTROLO CONJUNTO DA IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO
- ; RESULTADOS ESPERADOS E A SUA DIVISÃO



“Se não sabes o que pretendes alcançar com a tua apresentação, o teu público nunca saberá.”

Harvey Diamond

Durante e após a intenção, apresentará repetidamente os resultados de seu trabalho. Assim, terá tanto apresentações de resultados intermediários quanto de realizações finais. As apresentações ocorrerão diante de diferentes públicos, que determinarão seus objetivos.

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DE INTENÇÃO INTERMEDIOS NUMA EMPRESA ESTRANGEIRA

O público: o pessoal da empresa anfitriã alemã.

Apresentação de **Objetivos:**

incentivar os funcionários da empresa estrangeira a ajudá-lo a resolver os problemas que surgiram;

informar os funcionários sobre os resultados alcançados e os planos para o próximo período da intenção.

Como regra, não precisará apresentar-se no início da apresentação, pois os funcionários presentes já o conhecerão. No entanto, se a sua apresentação incluir pessoas da empresa que não conhece, será apropriado efetuar uma breve introdução.

Por exemplo, a seguinte estrutura de uma apresentação de "problema" é possível:

- o APRESENTAÇÃO DO OBJETIVO DA TUA INTENÇÃO;
- o APRESENTAÇÃO DO PLANO DE INTENÇÃO EXISTENTE (COM TERMOS);
- o APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS CONCLUÍDOS;
- o APRESENTAÇÃO DO TRABALHO A SER REALIZADO;
- o APRESENTAÇÃO DE UM PROBLEMA QUE IMPEDE A IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO DE INTENÇÕES;
- o APRESENTAÇÃO DA SUA VISÃO DAS POSSÍVEIS FORMAS DE RESOLVER PROBLEMAS.

A estrutura da apresentação do "não-problema" pode ser ainda mais simples e limitada às quatro primeiras posições da apresentação do "problema".

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DE INTENÇÃO

A audiência:

- o FUNCIONÁRIOS DE UMA EMPRESA ALEMÃ QUE O HOSPEDOU E/E FUNCIONÁRIOS DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO ESTRANGEIRA;
- o GERENTES E FUNCIONÁRIOS DE SUA ORGANIZAÇÃO.

Objectivos:

No primeiro caso: informe sobre os resultados finais da intenção e as perspectivas para a sua utilização na sua organização; no segundo caso: convencer da necessidade de utilizar os resultados da intenção na sua organização.

No primeiro caso, a estrutura da apresentação será semelhante à estrutura da apresentação "não-problema" dos resultados intermediários da intenção;

- o APRESENTAÇÃO DOS OBJETIVOS DA INTENÇÃO CONCLUÍDA;
- o APRESENTAÇÃO DO PLANO DE INTENÇÕES;
- o APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS CONCLUÍDOS;
- o APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS DE DESTAQUE E DOS MOTIVOS DE SUA INCAPACIDADE;
- o APRESENTAÇÃO DE POSSÍVEIS RESULTADOS ADICIONAIS (NÃO PLANEJADOS) DA INTENÇÃO;
- o APRESENTAÇÃO DAS PERSPECTIVAS DE UTILIZAÇÃO DOS RESULTADOS DA INTENÇÃO NA SUA ORGANIZAÇÃO.

Existe a possibilidade de que a administração da empresa anfitriã esteja presente na sua apresentação. Nesse caso, não se esqueça de iniciar sua apresentação com uma breve apresentação (a gerência pode ter-se esquecido de si), bem como informações sobre qual departamento da empresa e sob cuja liderança você assumiu a intenção.

Claro, não se esquecerá de expressar a sua gratidão à empresa que o recrutou e ao instituto de formação.

A apresentação dos resultados da intenção na sua empresa Nacional pode ter uma estrutura diferente:

- o APRESENTAÇÃO DOS PRINCIPAIS OBJETIVOS QUE FORAM FORMULADOS NA SUA ATRIBUIÇÃO PARA A INTENÇÃO;
- o UMA BREVE DESCRIÇÃO DAS PRINCIPAIS ETAPAS DA INTENÇÃO;
- o REPRESENTAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO ESTRANGEIRA E, COM MAIS DETALHE, DE UMA EMPRESA QUE O hospedou;
- o APRESENTAÇÃO DOS PRINCIPAIS RESULTADOS DA INTENÇÃO DE ACORDO COM A TAREFA;
- o APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS ADICIONAIS, NÃO PREVIAMENTE PLANEJADOS, DA INTENÇÃO;
- o APRESENTAÇÃO DE TAREFAS NÃO RESOLVIDAS DURANTE A INTENÇÃO E OS MOTIVOS DE SUA FALHA;
- o APRESENTAÇÃO DE UM PLANO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS RESULTADOS DA INTENÇÃO NA SUA EMPRESA.

“A melhor maneira de vencer o medo quando está em ação é conhecer bem aquilo que está a falar.”

Michael H Mescon

É impossível descrever todas as situações possíveis que exigem a sua auto-apresentação devido à sua variedade. Vamos apenas observar que as suas apresentações orais serão as mais frequentes. Ao mesmo tempo, em alguns casos, uma auto-apresentação por escrito também pode ser necessária.

- **AUTO-APRESENTAÇÃO ORAL:** A apresentação oral acompanha quase todas as suas apresentações. Na maioria das vezes é uma apresentação curta. As principais características das apresentações orais curtas e extensas são apresentadas na tabela. 7.1.
- **ADDITIONAL RECOMMENDATIONS:** Nos países da Europa Ocidental, por exemplo na Alemanha, é raro encontrar um líder de alto nível (CEO, diretor financeiro ou comercial, etc.) de tenra idade. Para atingir o nível hierárquico superior, é preciso ter uma longa experiência de trabalho e acumular experiência considerável. Os funcionários de, por exemplo, empresas alemãs são muito sensíveis à hierarquia de trabalho, títulos e classificações - tanto para seus próprios quanto para seus parceiros de contato. Por outro lado, há uma certa tendência na cultura empresarial nacional de usar títulos de trabalho que soem bem. Isso pode levar não apenas a um simples constrangimento, mas também à desorientação completa de seus colegas alemães.

Por exemplo, quando um presidente de 26 anos de uma empresa nacional chega com intenção a uma empresa alemã, os funcionários da empresa terão dúvidas sobre sua capacidade de ensinar o PRÓPRIO PRESIDENTE!

Recomendamos usar os títulos menos suntuosos possíveis ao definir sua posição e definir com mais precisão o escopo das responsabilidades do trabalho.

Table 7.1 Comparação dos principais tipos de autoapresentação oral

Principais Características	Breve auto-apresentação oral	Auto-apresentação oral expandida
Situações em que há necessidade de autoapresentação oral	Qualquer atuação diante de um dos públicos-alvo.	Ao definir os objetivos da sua intenção no seu estágio inicial. Durante uma intenção em departamentos especializados da empresa
Objetivos de autoapresentação	Apresente as áreas-chave da sua competência profissional. Apresente-se como um líder responsável por uma área específica de trabalho na sua organização.	Apresente-se como um especialista desempenhando determinadas funções na sua organização. Determine a gama de questões consideradas durante a intenção nesta divisão da empresa. · Ajudar colegas estrangeiros a encontrar as pessoas de contato apropriadas da empresa.
Duração recomendada	1 - 3 minutos	5-15 minutos

Conteúdo principal	·Sobrenome primeiro nome.	· Sobrenome, primeiro nome.
	·Especialidade	·Especialidade
	Posição e, em suma, funções principais.	Experiência de trabalho Conhecimentos e competências disponíveis.
		·Local de trabalho (nome, perfil e localização da sua empresa).
		· Posição e funções principais.
		· Áreas em que tenha lacunas de conhecimento.
		· Problemas que gostaria de resolver com a ajuda de colegas estrangeiros.
Principais erros	Auto-apresentação muito longa (mais de 3 minutos). Ênfase em momentos pessoais (família, hobbies, etc.) Distração em outros tópicos.	Formulação pouco clara de seus problemas. Relutância em admitir lacunas em seu conhecimento. Procurando embelezar a situação em sua organização ou em seu departamento. Avaliação injustificadamente negativa da situação em sua empresa, atitude depreciativa em relação à sua empresa ou seus funcionários.



“O sucesso da sua apresentação será julgado não só pelo conhecimento que transmite, mas por aquilo que o ouvinte recebe.”

Lilly Walters

VERIFIQUE VOCÊ MESMO

Amanhã tem uma apresentação para a qual está se preparando há muito tempo. Há um plano, slides preparados, textos impressos...

No entanto, recomendamos que verifique tudo novamente:

- Gravou a sua apresentação do PowerPoint em várias mídias (cartão flash, disco, disquete, armazenamento em nuvem).
- A ordem dos slides segue a lógica da sua apresentação.
- Verifique cada cópia dos textos duplicados. O número de cópias do texto do discurso é suficiente, a ordem das páginas está correta.
- Arranje uma folha de dicas. O melhor é um cartão A5 fino, no qual pode anotar as principais posições do discurso de maneira grande e legível com as referências correspondentes aos slides, etc.
- Pense novamente com que palavras vai abrir a apresentação (3-4 frases de cor).
- Verifique as suas roupas.
- A sua roupa deve ser apropriada para o evento. Ninguém espera que você apareça de fraque, mas jeans será inadequado. Um terno de negócios normal servirá muito bem. É necessária uma gravata. Você deve parecer bem arrumado, então suas calças devem estar passadas e sua camisa limpa.
- As mulheres não devem distrair os participantes com roupas muito elegantes ou muito reveladoras. Roupas brilhantes e letras grandes também são uma distração.
- O cheiro forte mesmo do perfume ou colônia mais elegante pode não ser agradável para todos os participantes.

Mantenha em stock, mesmo no dia da apresentação, não apenas um lenço (uma coisa muito necessária - é tão conveniente para eles limparem o suor da testa na primeira apresentação!). Os homens podem precisar de uma gravata sobressalente e as mulheres podem precisar de meias (por algum motivo, são esses itens de banheiro que ficam sujos e rasgados no momento mais inoportuno!). Não recomendamos o uso de roupas completamente novas – sentir-se-á desconfortável com elas.

Crie uma "vantagem secreta" para si mesmo examinando com cuidado e calma a área onde a sua apresentação acontecerá.

- *Instalações.* Normalmente sabe-se com antecedência em qual das dependências da empresa será feita uma apresentação. No entanto, aconselhamos que o examine novamente: se aparecer algo que interfira na apresentação (por exemplo, os reparos começaram nas proximidades e será muito barulhento).
- *Se possível, remova a interferência ou substitua a sala.* Se tiver a oportunidade de escolher uma nova sala, recomendamos não se esforçar para obter uma sala muito grande: "em quartos apertados, mas não ofendidos" é até certo ponto melhor do que cinco pessoas na sala de reuniões.
- Decida O QUE, QUEM e ONDE será localizado e DE ONDE será possível obter o que precisa.
- *Localização dos participantes.* Lembre-se da fig. 3.1 e defina a sua própria localização durante a apresentação. Neste local, ao seu lado, deve haver uma mesa na qual colocará seus materiais e como administrará a apresentação durante o show.
- *Meios técnicos.* Os meios técnicos estão sujeitos a verificação obrigatória.
- *Fundos adicionais.* Verifique se há todos os tipos de ferramentas adicionais que possa precisar: um ponteiro, marcadores, cartões e alfinetes para alfinetes, tesouras, cola, etc.
- *Disposição das mesas.* Se achar que não está confortável com a ordem dos participantes, reorganize as mesas e cadeiras na ordem que mais lhe convier. Isso deve ser feito na véspera ou, em qualquer caso, antes da apresentação dos participantes na sala.
- *Outros.* Geralmente é aceito colocar nas mesas em frente a cada participante cartões grossos (em arquibancadas ou apenas uma "casa"), nas quais os participantes escreverão seus nomes. Se esses cartões estiverem disponíveis para si, organize-os - você não precisará lembrar os nomes daqueles que fizeram perguntas e será mais fácil abordar qualquer um dos presentes. Coloque alguns marcadores de participantes grossos nas mesas.

Também é melhor colocar os textos do seu discurso, brochuras da sua empresa e outros materiais nas mesas à frente de cada participante. Se os participantes ainda não lhe são familiares, poderá espalhar os seus cartões de visita nas mesas. Pode escrever o tópico da sua palestra com antecedência num quadro branco ou flipchart.

A AUDIÊNCIA

Ao preparar a sua apresentação, direcionará um público específico de participantes. Pode ter a certeza de que no dia da apresentação, encontrará exatamente o público que precisa?

Nós encorajamo-lo a tomar alguma iniciativa com antecedência. Ao preparar a sua primeira apresentação, discuta com seu facilitador de intenção a lista de potenciais participantes. Ainda não terá uma boa ideia de quem deve ser convidado.

Preparar um convite por escrito para cada participante pode ser um bom passo. Na véspera da apresentação, é preciso esclarecer mais uma vez a composição dos seus participantes.

“O teu melhor professor é o teu último erro.” Ralph Nader

As seguintes partes principais de uma apresentação em grande escala podem ser distinguidas:

- ABERTURA;
- SEU DESEMPENHO;
- RESPOSTAS ÀS PERGUNTAS DOS PARTICIPANTES;
- DISCUSSÃO;
- CONCLUSÃO.



DISCURSO NA ABERTURA DA APRESENTAÇÃO

A abertura da apresentação geralmente é feita pelo seu anfitrião. Em outros casos, terá que iniciar o seu desempenho por conta própria.

INTRODUÇÃO

▪ Passo 1. Bem-vindo

Qualquer apresentação começa com uma saudação dos participantes. Pode ser comercial ou bastante informal.

A natureza da saudação é determinada dependendo do círculo de participantes: o nível oficial, o grau de seu conhecimento, a presença de participantes desconhecidos, incluindo aqueles que não são funcionários da empresa, o número de participantes (quanto menor o número, mais informal pode ser a sua saudação, se, é claro, não se trata da alta administração).

Chamadas comuns podem ser usadas, por exemplo:

- Senhoras e senhores!
- Caros colegas!
- Caro senhor... / querida senhora...!
Caro doutor ...!



▪ **Passo 2. Propósito**

O segundo passo na abertura de uma apresentação é apresentar a Razão; Tópicos; o objetivo do evento, mesmo que acredite que já seja do conhecimento dos presentes•

Por exemplo: “O tema da minha palestra é o sistema de qualidade em nossa organização. Gostaria de apresentar os problemas existentes e obter seu apoio em...”

"Hoje gostaria de apresentar nossa empresa. Acredito que a familiarização com sua experiência e potencial de produção é muito importante para o possível estabelecimento de nossa cooperação no futuro."

▪ **Passo 3. Como trabalhar**

Em seguida, anunciará uma espécie de "rota de deslocamento" para que os participantes da apresentação possam imaginar o "objetivo da rota". Para isso, apresenta: os principais elementos estruturais da apresentação; desdobramento por tempo; informações sobre quais materiais adicionais os participantes receberão (se necessário).

Por exemplo: "O meu discurso consistirá em três partes: uma descrição do potencial de pessoal da nossa organização, o sistema existente de motivação de pessoal e problemas nesta área. Acredito que levará até 20 minutos. Depois disso, ficarei feliz para responder a quaisquer perguntas possíveis. Se estiver interessado, estarei pronto para fornecer materiais adicionais sobre o tema da minha palestra. Espero que, juntamente com a discussão, não trabalhemos mais de uma hora, e se esse tempo não for suficiente, então vamos concordar sobre a próxima reunião."

▪ **Passo 4. Colaboração**

Precisa configurar os participantes para colaborar ativamente durante a apresentação. Isso é alcançado se :

- ✓ Fizer perguntas aos participantes durante a apresentação.
- ✓ Criar propriedade pessoal dos participantes.
- ✓ Mostrar benefícios diretos aos participantes.
- ✓ "provocar" os participantes. Uma "provocação" pode ser, por exemplo, o avanço de uma tese curiosa, paradoxal, ousada...

▪ **Capítulo adicional para entrada**

- ✓ Prepare-se de forma positiva - pense em algo agradável.
- ✓ Antes de começar a falar, faça contato visual com o público. Seus ouvintes perceberão isso como um apelo a eles.
- ✓ Então pare de olhar para alguém que já conhece. Isso lhe dará confiança extra. No entanto, não tente "hipnotizar" uma pessoa - inclua todo o círculo de participantes em seu escopo.
- ✓ Comece a falar alto e claramente (saudação, introdução, tópico...).
- ✓ Tente evitar a gagueira e principalmente as frases parasitárias. Por exemplo, a frase: "sou uma espécie de diretor de marketing" irá mergulhar o público estrangeiro em completa perplexidade sobre a compreensão com quem eles estão realmente se encontrando.

Tabela 9.1

Potencial de interferência com a entrada

Obstáculo	A sua reação
Alguns dos participantes entram na plateia sem máscara médica.	Não fique nervoso! Apenas certifique-se de que a ventilação na sala seja suficiente.
O membro mais antigo está atrasado	Pergunte ao próximo na classificação se deve começar a falar.
Alguns dos participantes levantaram-se e deixaram a plateia.	Não entre em pânico! Continue o seu desempenho brilhante.
Alguém foi chamado da plateia	Não é problema seu. Mesmo.
Alguns dos participantes fazem uma(s) pergunta(s)	Você tem sorte – a sua apresentação despertou um grande interesse. Se as perguntas estiverem relacionadas à ordem da apresentação, tópico, compreensão do conteúdo, então considere-as como certas! As perguntas ajudam-nos a construir o conhecimento!
Algumas perguntas distraem-no ou parecem fora de lugar	Você pode, de maneira calma e amigável, convidá-lo a discutí-los mais tarde fora da apresentação. Finja que anotou essas perguntas nos seus papéis. Assim, extinguirá agressões e reclamações relacionadas com tais questões.
Parece-lhe que alguém está agir provocativamente	Não tente fazer comentários sarcásticos sobre este participante – a simpatia dos seus colegas não estará do seu lado ... Não perca a calma e continue com calma o seu discurso. Finalmente é melhor do que todo o público que é exigente

Estrutura

Claro, só você mesmo pode e deve determinar o conteúdo da parte principal do seu discurso. É importante, no entanto, divulgar o tema da apresentação não apenas com abrangência suficiente, mas também de forma sistemática.

Recomendamos dividir o conteúdo da parte principal do discurso em pontos principais e subpontos logicamente relacionados. Ao mesmo tempo, pense em quanto material o seu público poderá absorver no tempo de apresentação programado.

Recomendações para a parte principal do discurso

Procure falar fluentemente, mesmo que a língua estrangeira não seja o seu “forte”. No entanto, não deve haver memorização óbvia em seu discurso - será desviado pela primeira pergunta intermediária. A única saída é treinar.

Comece apresentando a estrutura do corpo principal (dê uma visão geral ou visualize a estrutura num flipchart ou slide).

Use o poder da sua voz de forma direcionada. Varie a sua força, tonalidade e ritmo da fala para destacar pontos essenciais, prestar atenção às conexões lógicas e focar a atenção dos ouvintes.

Construa frases curtas e claras com pausas direcionadas, especialmente se estiver a fazer uma apresentação num idioma estrangeiro.

Manuseie o guião profissional com extrema cautela: como regra, a sua tradução direta para uma língua estrangeira é impossível! Estude especialmente os termos necessários de uma língua estrangeira.

Não tente esconder a sua falta de confiança no uso de uma língua estrangeira. Não tenha medo de escrever errado caso não seja fluente no idioma. Sinta-se à vontade para perguntar novamente se não entender a pergunta.

- FALAR DE FORMA PESSOAL ("EU").
- NÃO RETENHA OS SEUS GESTOS. ATIVE OS SEUS GESTOS CONFORME NECESSÁRIO.
- NÃO FIQUE PARADO. NO ENTANTO, NÃO BRINQUE COM LÁPIS, PONTEIRO OU OUTROS OBJETOS. USE-OS APENAS PARA TRABALHAR.

Tabela 9.2

Possível interferência no corpo principal

Obstáculo	A sua reação
Esqueceu-se de uma frase preparada	Descreva por outras palavras o que pretendia dizer. Provavelmente vai inventar algo excepcional.
De repente a pessoa percebe que cometeu um erro.	Continue a falar ou corrija-se, mas não se desculpe. Às vezes o erro é um novo caminho.
Há uma ruptura Do dispositivo técnico/apagão.	Tente parar de usar. Se não for possível, faça uma pequena pausa para solucionar o problema. E sempre, não SEMPRE, esteja pronto com o “plano B”.

CONCLUSÃO

Para concluir, resuma brevemente os pontos mais significativos de sua apresentação. Evite declarações conclusivas sem fala, como: "Aqui é onde eu termino", "Aqui é onde nós terminamos", e assim por diante. Expresse sua gratidão pessoal ao público por sua participação.

Se, após a apresentação, for planeada uma discussão e tiver sido designado um funcionário da parte recetora que é encarregado da sua conduta (o chamado moderador), dê-lhe a palavra.

RECOMENDAÇÕES PARA O MANUSEAMENTO DE EQUIPAMENTOS TÉCNICOS

Certifique-se de mostrar apenas o conteúdo que está atualmente em questão.

Certifique-se de que, se possível, todos os presentes possam ver o assunto do programa. Ao explicar, vire-se para os participantes, não para o quadro.

Aponte com a mão (não com o dedo). Não escureça a imagem.

DISCUSSÃO E RESPOSTAS ÀS PERGUNTAS Como se comportar durante uma discussão

Perguntas ou discussões sobre sua apresentação não indicam um fracasso. Pelo contrário, é a confirmação de que a sua apresentação não deixou os seus participantes indiferentes, ou seja, é bem sucedida.

Para que a discussão seja bem sucedida, ela deve ser de natureza positiva e substantiva, ser uma discussão objetiva e profunda de posições que levem a uma solução para o problema. Um choque de ambições com reivindicações mútuas, censuras e queixas das partes é inaceitável. É impossível substituir uma discussão objetiva do assunto por um esclarecimento subjetivo das relações interpessoais dos oponentes. O curso de confronto da discussão leva a conflitos e inimizades dos participantes e, o mais importante - à preservação e às vezes exacerbação do problema.

Algumas dicas práticas:

Mais frequentemente ficam no lugar do lado oposto.

Faça concessões em questões sem princípios e seja firme na defesa de posições de princípio. Demonstre uma mente aberta ao avaliar as opiniões e posições dos oponentes. Demonstre flexibilidade na sua abordagem ao avaliar as opiniões e posições dos oponentes. Preste homenagem às partes boas do discurso e aos argumentos do oponente.

Em nenhum caso é permitido substituir a discussão do assunto da discussão pelo esclarecimento das relações interpessoais com os oponentes - críticas, insultos, censuras, brigas.

Fale em um idioma que todos entendam ou use os serviços de um intérprete. O uso de uma linguagem normativa: palavras e expressões presentes em conhecidos dicionários nacionais. Muitas vezes, mesmo expressões aparentemente difundidas como "custos", "benefícios sociais", "subsidiária", "filial", "joint venture" exigem coordenação adicional, pois na legislação nacional de diferentes países por trás delas está o conteúdo incompatível.

Corpo e linguagem corporal:

- Não se aproxime muito do interlocutor;
- Fique de frente para o público em linha reta, inclinando levemente o corpo para a frente;
- Fazer contato visual com o público;
- Não acene com os braços e não faça barulho durante a apresentação;
- Mantenha as mãos livres, não as coloque nos bolsos, mostre ao público as palmas das mãos (abertura), não as costas.

PERGUNTAS E RESPOSTAS

A parte mais importante e decisiva da discussão é, em regra, as perguntas e respostas, seguindo a exposição das posições de cada uma das partes.

As perguntas permitem que realize as seguintes tarefas:

- Identificar ou esclarecer de forma benevolente, as necessidades e motivos dos participantes;
- Ajuste sua própria posição;
- Suavemente e sem conflitos ajuste a posição do oponente de acordo com a sua posição; envolva o parceiro na discussão ativa do problema, faça dele um cúmplice na sua solução;
- Crie uma atmosfera de confiança, pois o seu parceiro sente que quer conhecê-lo no meio do caminho; ganho
- A simpatia do seu oponente (as pessoas gostam de falar de si mesmas).



SEÇÃO 10. CRIAR UMA APRESENTAÇÃO EM POWERPOINT

(sim, mesmo em 2021 muitas pessoas ainda usam))

As apresentações do PowerPoint têm sido o padrão em vários aspetos da vida empresarial. Este programa permite que a pessoa componha independentemente de um acompanhamento ao seu discurso, relate sem a ajuda de especialistas caros. Qualquer usuário que trabalhe com o Microsoft Office pode dominar o programa.

Criação das apresentações

O processo de criação de uma apresentação no Microsoft PowerPoint consiste em ações como escolher um design geral, adicionar novos slides e o seu conteúdo, selecionar slides de marcação, alterar, se necessário, o design dos slides, alterar o esquema de cores, aplicação de vários modelos de design e criar efeitos como efeitos de animação de apresentação de slides.

Inicie o Microsoft PowerPoint. Para salvar sua apresentação, selecione o comando. “Guardar como” no menu Arquivo, especifique o nome da apresentação e especifique a pasta onde guardar a apresentação, clique em Guardar.

Para abrir uma apresentação guardada, existem duas opções: inicie o Microsoft PowerPoint, selecione o comando Abrir no menu Arquivo, encontre a apresentação desejada e clique no botão Abrir.

O Microsoft PowerPoint oferece várias opções para criar uma apresentação:

- Criar. Os slides têm um mínimo de elementos de design e as cores não são aplicadas a eles.
- Criar a partir de uma apresentação existente. A apresentação é criada com base em uma apresentação existente com o design especificado. Uma cópia de uma apresentação existente é criada, permitindo que crie uma nova apresentação modificando a aparência da apresentação original.
- Criar com um modelo. A apresentação é baseada em um modelo existente do Microsoft PowerPoint que contém elementos básicos de design, fontes e um esquema de cores.
- Modelos com conteúdo sugerido. Use o Assistente de conteúdo automático para aplicar um modelo de design que inclui texto sugerido para seus slides. Em seguida, são feitas as alterações necessárias ao texto proposto.

A maneira mais rápida e fácil de criar apresentações é com conteúdo automático. Para fazer isso, no menu Exibir, selecione Barras de ferramentas, Padrão e Painel de tarefas. Uma área aparece à direita, na área Criar apresentação, selecione Assistentes de conteúdo automático.

Trabalhar com slides

Um slide é o elemento principal da apresentação, uma planilha na qual são colocados textos, diagramas, tabelas, imagens. Para inserir um novo slide nas barras de ferramentas, escolha Novo ou, no menu Inserir, escolha Novo Slide.

Duplicar slides numa apresentação... Os slides duplicados são inseridos imediatamente após os slides selecionados.

No painel Esboço ou no painel Slides de exibição normal, selecione os slides que deseja duplicar. (Se quiser selecionar vários slides adjacentes, clique com a tecla SHIFT pressionada no primeiro e no último da linha. Para selecionar slides fora de ordem, clique em cada um com a tecla CTRL pressionada.)

No menu Inserir, escolha Duplicar Slide.

Para alterar a ordem dos slides, siga um destes procedimentos:

No painel Esboço, na visualização normal, selecione um ou mais ícones de slide e arraste os ícones selecionados para um novo local.

Na área Slides, no modo de exibição Normal, selecione uma ou mais miniaturas de slides e arraste as miniaturas selecionadas para um novo local.

Na exibição do classificador de slides, selecione uma ou mais miniaturas de slides e arraste as miniaturas selecionadas para um novo local.

Para selecionar vários slides da mesma linha, clique com a tecla SHIFT pressionada em seus ícones ou miniaturas. Para excluir um slide: No menu Editar, selecione Excluir slide.

Para inserir um texto, um gráfico, uma tabela num slide, precisa ir ao menu Formatar, selecionar o comando Layout do slide. Nos Layouts à direita, escolha aquele que se adequa ao seu conteúdo:

- título;
- Duas colunas de texto;
- Slide em branco;
- figura;
- tabela;
- diagrama;
- organograma, etc.



Iniciar uma apresentação de slides

Clique no botão Apresentação de slides no canto inferior esquerdo da janela do Microsoft PowerPoint ou no menu Apresentação de slides, clique em Iniciar apresentação ou pressione F5.

Ao visualizar os seus slides, use os seguintes comandos:

o Mova para o próximo slide usando o botão esquerdo do rato ou pressione a BARRA DE ESPAÇOS ou ENTER.

o Vá para o slide anterior usando a tecla BACKSPACE ou clique com o botão direito do mouse e selecione Voltar no menu de contexto.

o A finalização da apresentação de slides pode ser feita clicando com o botão direito do rato e selecionando o comando Sair.

Adicionar corpo ou texto de título

Clique no quadro de texto e digite o texto ou cole da área de transferência. Se o texto não couber no quadro, o tamanho da fonte e o espaçamento entre linhas diminuirão ao adicionar texto para que o texto caiba no quadro.

Fonte de apresentação

Ao escolher as fontes, deve ser guiado pelos seguintes princípios:

o ·A fonte escolhida determina o impacto da mensagem nos ouvintes. Para um público conservador e mensagens sérias, escolha uma fonte mais rígida (por exemplo, Times New Roman); para mensagens felizes, escolha uma fonte "divertida" (por exemplo, Comic Sans MS).

o ·As fontes com serifa, como Times New Roman e Bookman, são fáceis de ler, por isso são usadas na impressão de grandes quantidades de texto. Fontes sem serifa como Arial e Verdana são mais simples; eles ficam melhores em cabeçalhos e rodapés.

o ·Para melhorar a legibilidade, a cor do texto deve ter contraste suficiente com a cor de fundo. Use negrito e itálico apenas para ênfase - o uso frequente enfraquece sua eficácia.

o Recomenda-se a não usar mais de 3-4 fontes diferentes na sua apresentação.

A alteração da fonte de um parágrafo individual pode ser feita selecionando o texto desejado com o rato. Para alterar a fonte de todo o texto num quadro, selecione todo o texto com o mouse ou selecione o quadro com texto. Para selecionar um quadro, primeiro clique no texto. A borda do quadro será destacada. Posicione o ponteiro sobre a borda e clique nela. As linhas de borda ficam mais grossas e aparecem com pontos. O quadro agora está selecionado. Na barra de ferramentas Formatação, no campo Fonte, selecione a fonte desejada. Também pode usar a caixa de diálogo Fonte no menu Formatar para alterar a fonte do texto. Além disso, esta caixa de diálogo permite especificar outras opções de formatação, como tamanho da fonte, negrito ou itálico e cor.

Estilo de apresentação

O Microsoft PowerPoint oferece a capacidade de criar estilos de apresentação usando modelos de design que podem ser usados em uma apresentação para dar uma aparência profissional e finalizada.

Área de tarefas. O Construtor de slides permite que visualize e aplique modelos enquanto projeta sua apresentação. O modelo selecionado pode ser aplicado a todos os slides ou apenas a alguns deles. Além disso, vários tipos de modelos podem ser usados para criar a mesma apresentação.

Os esquemas de cores também tornam sua apresentação mais brilhante. O esquema de cores consiste em oito cores usadas no design de slides para destacar o plano de fundo, texto ou linhas individuais, sombras projetadas, texto de título, preenchimentos, acentos e hiperlinks. O esquema de cores da apresentação é definido no modelo de design aplicado...

Para visualizar o esquema de cores de um slide, selecione-o e exiba-o na área de tarefas da tela Design do slide - Esquemas de cores. O esquema de cores do slide atual aparecerá destacado no painel de tarefas.

O esquema de cores pode ser alterado. Por exemplo, se costuma usar o mesmo modelo de design e deseja alterar um pouco o design, altere o destaque ou a cor do plano de fundo. Também pode substituir as cores da apresentação por cores apropriadas para o evento que está sendo descrito, como uma feira.

Para alterar o plano de fundo, selecione os slides desejados na exibição normal. Caso contrário, a alteração será aplicada a todos os slides que seguem o primeiro selecionado no modelo de design... No menu Formatar, escolha Plano de fundo. À direita da caixa Preenchimento do plano de fundo, clique no botão de seta e siga um destes procedimentos:

Área de notas

As notas são importantes para o orador, elas permitem que deixe comentários, explicações para slides individuais. Normalmente a pessoa insere e formata o texto nas suas notas. Para visualizar a aparência das notas impressas e a formatação aplicada (como fontes coloridas), alterne a revisão superior. Também pode verificar e editar os cabeçalhos e rodapés no modo de visualização.

As notas dos slides da apresentação podem ser impressas como notas e usá-las para referência durante a apresentação e para distribuição ao público se as notas forem destinadas a eles, como um complemento aos slides que estão sendo exibidos.

Para ampliar, reposicionar ou formatar a área de posicionamento do slide ou a área de notas, vá para a visualização Páginas de notas e faça as alterações desejadas.

Assim, o PowerPoint foi especialmente projetado para criar uma apresentação rápida, brilhante e impressionante do seu projeto.

E agora dois tipos de vídeos motivacionais (com legendas)

A primeira é muito séria e racional, alguns até lhe chamariam de seca e técnica, mas se apresentar esse tipo de pessoa, visualize[1]:[1]

<https://www.youtube.com/watch?v=N1fVL4AQEW8>



OBSERVATIONAL METHODS AND CHECKLISTS FOR THE EVALUATION OF PUBLIC SPEAKING



OBSERVATIONAL METHODS AND CHECKLISTS

FOR THE EVALUATION OF PUBLIC SPEAKING

INTRODUÇÃO

Através deste capítulo iremos contribuir para o ensino de técnicas de observação para avaliação de formadores pelos diretores dos centros de formação. Pretendemos que, após a conclusão deste capítulo, os beneficiários sejam capazes de identificar os pontos fortes e fracos dos formadores, para que possam desenvolver um plano de formação personalizado com base nas necessidades identificadas, de forma a melhorar as competências e a capacidade de falar em público.

Através do material desenvolvido neste capítulo, os coordenadores dos centros de formação aprenderão estratégias de trabalho com os formadores para que possam capitalizar o seu potencial e melhorar as suas qualidades como oradores na organização de apresentações públicas. A criação deste curso, dirigido aos gestores dos centros de formação, representa um importante esforço de equilíbrio das competências, disciplinas e estratégias de implementação. Consideramos que os especialistas que supervisionam as atividades de formação dentro dos centros especializados, devem ser muito bons em termos de avaliação dos formadores através do método de observação para melhorar o resultado final.

Por isso, desenvolvemos uma série de métodos e exemplos de checklists espelhados mais abaixo. Sinta-se à vontade para selecionar um desses objetivos específicos:

- o Conceção de cursos de formação;
- o Avaliação de formadores;
- o Compreender os seus pontos fortes e fracos;
- o Enganar o conteúdo deste capítulo para desenvolver uma formação de formadores;

Métodos de aplicação de técnicas de observação

Quando se pretende utilizar a técnica de observação para avaliar os comportamentos e competências dos formadores, é necessário selecionar uma amostra de observação. A melhor maneira é estar presente fisicamente no curso, pois entenderá através de sua experiência como o curso acontece estando na posição do participante. Poderá preencher a lista de verificação apresentada neste capítulo, que o ajudará a intervir com sugestões aos formadores para melhorar o ato profissional.



De referir que a opção apresentada acima nem sempre é aplicável, depende do contexto em que o curso decorre, pelo que também pode considerar as seguintes opções como vantagens relacionadas:

Peça ao formador para gravar o curso que está a fazer, para que consiga analisar o seu vídeo o mesmo que seja um procedimento mais longo que não permita a interação com o formador, tem a vantagem de ver várias sequências que lhe interessam, relevantes no processo de avaliação;

Outra forma de analisar o discurso dos formadores é observá-los noutros contextos, nomeadamente: entrevistas, apresentações publicadas em diferentes canais sociais, etc.;

Também pode usar como método para se envolver em uma discussão livre com o treinador; nesta discussão pode oferecer-lhe diferentes cenários situacionais e dependendo das respostas dadas por ele você entenderá como o instrutor reage às situações críticas da aula, como ele faz uma apresentação de qualidade e acessível do material;

Outro método seria desenvolver uma dramatização em que o formador se colocava na sua situação e posteriormente desenvolve um plano de intervenção para o desenvolvimento das suas competências pedagógicas e oratórias em função dos pontos fortes e fracos que identificou; será um bom e relevante método de sensibilização para a melhoria das próprias competências por parte do formador para sustentar um curso de qualidade;

Em conclusão, podemos usar as seguintes estratégias de observação do formador:

- o Participando do curso;
- o Analisando a gravação em vídeo de um curso;
- o Analisando outros conteúdos educativos e mesmo em contextos diferentes;
- o Através da entrevista sem perguntas que o colocassem em dificuldades;
- o Ao criar uma situação que determine a importância de desenvolver um curso de qualidade, sensibilização e remediação de fragilidades (role play);



Propusemos que neste capítulo foquemos o máximo possível em indicadores comportamentais e observáveis levando em conta a comunicação verbal e não verbal. Dessa forma, poderá entender claramente os elementos que precisa observar e que precisam ser aprimorados.

Qual é a chave vocal que o formador deve usar?

A voz do formador é muito importante na apresentação do material do curso para captar e manter a atenção do público. Existem diferentes aspetos que podemos considerar ao fazer uma avaliação de como ele usa a voz, o treinador. É uma boa ideia sugerir aos formadores que treinem a sua voz antes de fazer um discurso público:



Indicador – volume vocal

Aparentemente, quando nos referimos ao volume da voz, trata-se de um aspeto trivial, mas é um dos principais elementos para manter a atenção dos alunos. Isso não significa que deva ser usado um tom alto, o que incomodaria as pessoas ao seu redor; recomenda-se que o tom de voz do locutor seja constante, para evitar monotonia, certificando-se de que seja ouvido pelas pessoas da última fila.

o Indicadores de volume de voz e lista de verificação:

- Na apresentação do curso do formador deve ter uma voz clara, audível ao nível da turma;
- O formador irá certificar-se de que o sistema de áudio é adequado para apresentar o seu curso;
- O tom de voz é proporcional aos materiais audiovisuais apresentados em aula;

Indicador - pausa

As pausas na fala ao apresentar o material didático têm o papel de facilitar a compreensão do conteúdo, sendo também uma forma de obter feedback dos participantes. Apresentar o conteúdo muito rapidamente não contribui adequadamente para o desenvolvimento do conhecimento dos participantes. Eles não podem armazenar adequadamente as novas informações transmitidas devido à "velocidade da informação" transmitida pelo treinador.

O formador pode utilizar os intervalos durante a palestra para separar os conceitos e contribuir para a sedimentação do conhecimento dos alunos. Quando certas noções, termos menos usados e complexos são introduzidos, é bom usar pausa e certificar-se de que os participantes entenderam sua mensagem (possivelmente intervir através de explicações adicionais se houver pedidos dos alunos ou se perceber que eles estão confusos). Isso ajudará os participantes a se concentrarem no termo técnico e a fazer perguntas razoáveis sobre esse elemento.

o A lista de verificação para o item "pausa" é:

- o O formador usará pausas para diferenciar os conceitos;
- o No momento da palestra, o apresentador fará uma pausa após apresentar um tema complexo;
- o O orador usará pausas quando quiser estimular o público;

O uso de pausas durante a fala ajuda a facilitar a compreensão do conteúdo, que caso fosse reproduzido muito rápido não ajudará a adquirir conhecimento adequadamente. Com a ajuda dos intervalos, os alunos podem fazer boas aquisições para interagir com o formador, expressar as suas opiniões, impressões, opiniões e colocar questões razoáveis como: Qual é o significado desta mensagem/termo? Porque é que é utilizada neste contexto, etc.

Lista de Verificação do Ritmo da Ideia:

- o O orador usa inflexões da voz para atrair a atenção dos participantes;
- o Cada vez que um tópico complexo é abordado, o formador fará uma pequena pausa durante a apresentação;
- o No envolvimento participativo dos alunos, o orador fará uma pausa e provocará o debate do respetivo tema, obtendo ao mesmo tempo feedback;

Indicador - expressividade da voz

Outro aspeto importante pelo qual o orador chama a atenção pela voz são as inflexões do tom. Na literatura é recomendado que para o uso correto da voz haja uma frequência de tonalidade. O tom durante o discurso é uma forma eficaz de enfatizar determinados elementos da fala e também de adicionar carga emocional ao conteúdo, a mensagem transmitida. Pode treinar os participantes em discussões sobre esse tópico, incentivar o humor e expressar o que se propõe a fazer.

Ao usar um tom monótono há uma grande possibilidade de incomodar os participantes, o material que você apresenta mesmo que seja elaborado com uma abordagem profissional, mas uma apresentação monótona e pouco atraente reduz o nível de compreensão do conteúdo.

Checklist de indicadores positivos quanto à expressividade da voz:

- o Nas apresentações durante os cursos, o orador utilizará um tom de voz variado;
- o Deve-se levar em consideração que o tom de voz ajuda a compreender o conteúdo do material apresentado;
- o O tom de voz do locutor é congruente com o conteúdo verbal;

Indicador - Uso de expressões faciais e gestos

Os gestos geralmente ajudam as pessoas a entender melhor o conteúdo da comunicação. Os gestos ajudam as pessoas a entender melhor o que se quer expressar, eles podem mostrar um certo nervosismo do orador, nervosismo que ele consegue transmitir para o público.

Indicadores de Gestos:

- o Os gestos utilizados pelo orador ilustram o conteúdo do discurso;
- o Os gestos são sincronizados com a fala;
- o O locutor usa gestos abertos e simétricos;
- o O locutor não usa gestos com restrição de espaço;



Para melhor compreensão dos indicadores mencionados, apresentaremos uma breve descrição de cada um deles.

Gestos ilustrativos:

Eles são produzidos durante a comunicação verbal e são usados para ilustrar o que o orador está dizendo. Existem gestos conscientes que variam muito de acordo com a cultura. Os gestos ilustrativos "servem à palavra" não a explicam, não a acentuam, não a acentuam ou lhe impõem um ritmo que uma palavra não sustentada por gestos não teria.

Exemplo de gesto ilustrativo: mover as mãos de cima para baixo para indicar "mais" ou "mais"

É aconselhável que o orador use esses gestos para chamar a atenção para o discurso.

Por meio de gestos síncronos, a fala é um elemento que comunica certeza às declarações de alguém. Em geral, essa percepção é transferível ao público, através de uma postura firme, mas não rígida, transmitirá uma segurança extra. É bom ter um pensamento crítico em relação às suas próprias declarações, o que o ajudará a dar total atenção ao público para captar e manter a atenção.

O uso de gestos inusitados (bater palmas/estalar dos dedos) traz uma novidade pouco atraente se: não criar contradições, não for ostensivo ou ofensivo. No entanto, o uso de comunicação incerta pode reduzir a percepção de credibilidade do orador. Recomendamos que não use gestos de auto-contato, são gestos que podem sugerir tensão e ansiedade que possa ter no momento da fala. O uso excessivo desses gestos pode reduzir a credibilidade do orador junto ao público, por isso é recomendável evitá-los.

É necessário ter em mente que os gestos de auto-contato podem ter o seguinte significado:

Braços cruzados ou cobrindo o corpo - pode transmitir a recusa de comunicação ou para muitos pode representar conveniência; mas se quiser transmitir confiança é necessário manter os braços o mais abertos possível;

Gestos nervosos - na maioria das vezes transmitem insegurança, medo e stress através de movimentos repetitivos das mãos e pés; tiques nervosos (quebrar as mãos, brincar com joias, arrumar o cabelo, etc.) traem sua desconfiança, por isso recomendamos que, ao falar em público, limite esses gestos;

Mãos no bolso ou mãos atrás das costas podem significar que está a esconder algo e não é honesto o suficiente, o que não tem um impacto positivo no público; Pode, por exemplo, manter a mão no bolso enquanto caminha na frente do público, esse gesto pode transmitir familiaridade ao público e estabelecer relações empáticas, mas lembre-se de que não pode manter a mão em toda a duração do bolso da apresentação;

O dedo indicador direcionado para o público - pode incitar à ação ou pode até significar agressão se na hora de fazer a apresentação não controlar o seu tom vocal; corre o risco de causar reações negativas do público auditor; por exemplo, pode levantar o dedo indicador ao apresentar um aspeto importante do suporte ao curso;

Ao fazer uma apresentação em público caso coloque a mão na frente da boca, na maioria das vezes isso representa falta de sinceridade, é por isso que recomendamos que o orador não cubra a boca com a mão porque corre o risco de perder imediatamente a confiança do público, é um gesto que pode ser interpretado como negativo;

É importante que, quando fizer uma apresentação pública, seja honesto, comunicativo, aberto para usar gestos amplos para o público, isso o ajudará a ligar-se facilmente com o público.

A simetria dos gestos contribui para melhorar a eficácia comunicativa. Geralmente usamos gestos assimétricos em situações de incerteza. É por isso que gestos assimétricos devem ser reduzidos diante do público.

Indicadores que não nos permitem compreender a assimetria dos gestos:

o o orador segura um microfone na mão, o que não lhe permite gesticular com ambas as mãos;

o o orador segura a mão numa mesa, escrivaninha, etc.;

o o orador usa a mão (gestos simbólicos e descritivos) para indicar algo;

Como sabemos, os gestos surgiram antes das palavras e não podem existir sem a sua expressão não verbal. As mãos podem falar se as deixarmos fazer isso, certifique-se de que suas mãos estejam sempre à vista, na frente, e seus gestos sejam gestos positivos, simbólicos - em harmonia com sua fala. Se um orador quer ter um discurso memorável, ele deve entender que tudo o que ele faz no palco é com e sobre o público. O público está sempre à espera de receber algo dele, de adquirir novos conhecimentos e experiências do formador.

Indicador-uso da apresentação

Estímulos visuais podem ser usados para compreender o conteúdo informativo da apresentação pelo público. Antes de cada discurso, verifique se integrou elementos visuais ao conteúdo do material que deseja apresentar. Esses elementos visuais ajudam o público a entender mais facilmente as informações que deseja transmitir.

Ao desenvolver um material para uma apresentação deve ter em mente que a atenção do público é limitada para que você não precise sobrecarregar as apresentações com informações. Para uma comunicação eficaz, precisa ter em mente que pode haver muitos obstáculos à atenção:

o o tempo destinado à apresentação do discurso; às vezes é difícil prender a atenção do público por algumas horas; sistema de áudio inadequado; o espaço onde o encontro é organizado;

o os participantes que não demonstrem interesse e/ou não falem no momento da apresentação; Indicadores para alcançar uma apresentação eficaz:

o o material que a pessoa desenvolve (por exemplo em formato PPT - cuidado para não conter muita informação a cada slide ou vídeo - com conteúdo atrativo por alguns minutos);

o o conteúdo dos materiais (PPT ou vídeo) tem o papel de completar e explicar o que o orador deseja expressar em palavras;

recomendamos que integre um conteúdo longo apenas na situação em que for necessário focar algumas definições importantes;

referindo-se ao impacto visual, certifique-se de que o texto e as cores contrastam;

as imagens do material apresentado têm um papel importante, pois ajudam a transmitir informações que não podem ser expressas em palavras; como mencionei antes, não se esqueça de incluir apresentações audiovisuais;

para captar e manter a atenção do público, recomendamos alternar na distribuição das informações por meio de (PPT/apresentações audiovisuais/conteúdo de texto, etc.);

o conteúdo dos materiais apresentados PPT/vídeo não deve ser equivalente à apresentação da palestra pelo palestrante;

Indicador-História

Use a emoção, conte histórias, respeite o seu público!

A história ajuda-nos a apelar à emoção para captar a atenção do público e transmitir o conteúdo de forma inovadora. As histórias têm o papel de estimular nossa imaginação, para que o que você consiga captar facilmente a atenção do ouvinte. É por isso que recomendamos que se identifique com o protagonista, estimule as atividades práticas por meio de perguntas retóricas (como a pessoa agindo "X" em determinado estado).

Ao apresentar um curso de formação verá que a história pode aparecer em pouco tempo de várias formas: histórias, piadas, apresentação das experiências pessoais do orador, citações relevantes sobre o tema abordado, etc.

Recomendamos que durante o curso alterne entre essas modalidades, e tenha em mente que a apresentação não deve ser apenas uma coleção de experiências anteriores do palestrante.

Mas a história não deve ser usada para apresentar todo o conteúdo do curso por isso é necessário seguir algumas regras:



- o o conteúdo da história para ter um papel instrutivo-educativo para o público; encontrar a utilidade no final da história;
- o o conteúdo da história deve ser polvilhado com pequenas piadas para que provoque uma resposta emocional positiva;
- o o conteúdo do curso deve ser bem equilibrado e não consistir apenas em histórias, piadas... citações;
- o através de histórias poderá facilmente explicar uma definição;
- o a história inclui exemplos relevantes para o ouvinte, pois como foi mencionado antes é um estímulo da imaginação;

A história ajuda o ouvinte a identificar-se como protagonista principal (temos um público de psicólogos e o protagonista da história são psicólogos).

O posicionamento do orador diante do público é muito importante para o bom desenvolvimento de uma apresentação ou de um curso. O orador no momento da apresentação está no centro das atenções do público, por isso é muito importante onde ele está posicionado para ter um impacto positivo. Assim, recomenda-se que o orador antes da apresentação respeite a trilha de verificação dependendo do contexto físico em que se encontra:

- o orador limitará o seu posicionamento apenas se o contexto físico o exigir (atrás da secretária ou no pódio, etc.);
- o orador terá uma atitude equilibrada, não liberta a sua tensão com pequenos passos, aproxima-se de uma postura corporal através da qual transmite confiança e autoconfiança; deve-se lembrar que as pessoas associam as costas curvadas, as mãos ao lado do corpo, a cabeça inclinada para o corpo como falta de confiança tanto em si mesmo quanto no que se diz;
- o locutor move-se quando quer chamar a atenção do público; avança quando quer receber resposta do público, principalmente nos momentos importantes da apresentação;
- quando o orador faz uma apresentação ele não precisa de posicionar-se na frente, ele pode sentar-se ao lado da apresentação para ilustrar o conteúdo;
- o orador não vira as costas para a audiência; na situação em que tenha um número significativo de participantes, será posicionado alternadamente em diferentes pontos da plateia para não ficar longe de uma parte dos participantes.
- o orador utiliza de forma eficiente os métodos e meios que pretende utilizar durante a apresentação;



Uso do indicador do flipchart

O conteúdo escrito deve ser claro, legível, o tamanho dos caracteres deve ser adequado para que os participantes da última linha possam ver;

recomendamos que utilize o flipchart apenas se for necessário representar o conteúdo; este conteúdo pode ser variável e, portanto, não pode ser pré-planejado para ser projetado na tela;

ou na situação em que seja necessário anotar certas menções vindas do público ou fazer um gráfico, etc.;

não recomendamos que escreva textos longos porque perderá muito tempo e corre o risco de que o ouvinte perca o interesse; fazer apresentações curtas e anotar palavras-chave relevantes ao tema; **Indicadores para adequar o conteúdo do material ao público:**

Um bom orador deve saber adaptar o seu conteúdo para o público.

É por isso que recomendamos que crie uma apresentação personalizada do PowerPoint, que pode ser adaptada para fazer uma boa apresentação para um público diferente. Use uma exposição personalizada para apresentar apenas determinados slides na apresentação ou para criar um hiperlink para um grupo de slides na apresentação.

Ao criar o conteúdo da apresentação, tenha em mente que a repetição de frases expressivas simples contribui para o sucesso de um discurso público, mas deve ter cuidado e integrar essas frases adequadamente no contexto da apresentação. O conteúdo das frases não deve ficar de fora dos pensamentos que devem ser transmitidos ao público.

Para preparar o conteúdo de uma palestra deve-se considerar os seguintes aspetos:

o introdução de 5-7% do tempo destinado ao discurso;

o a parte principal da apresentação 80-90% do tempo previsto;

o conclusões cerca de 5-10% das vezes;

Ao entregar o seu conteúdo, tente conectar-se pessoalmente com o seu público. Se possível, deve manter uma expressão facial alegre enquanto mantém contato visual com os membros da plateia. Olhar nos olhos do público dá-lhe uma sensação de controlo, o que, por sua vez, melhora a confiança. Evite manter o rosto para baixo, pois ele comport-sea de forma insegura.

Indicador-resposta a perguntas

Muitos oradores usam perguntas para se conectarem com o público. Lembre-se de uma regra: nunca faça uma pergunta se não souber a resposta. Somente prevendo a reação do público poderá preparar-se e tirar o máximo proveito da pergunta.

Indicador-importância de integrar o humor no discurso

Bom orador quando fala em público, não dá ao público factos e números, tem o papel de “dar vida” às coisas que apresenta, de acrescentar emoção e mudar mentalidades.

Quando falamos sobre os benefícios do humor ao falar em público, captamos os seguintes aspetos:

o usar humor numa apresentação ajuda-o a conectar-se com o público, muitas vezes o humor ajuda as pessoas a relaxar e ter mais empatia consigo;

o humor pode ajudá-lo a enfatizar mais ideias em seu discurso e o público irá reter mais facilmente as informações que você transmite;

o o humor usado para o público também é um "elemento" de descongelamento, pois pode encontrar-se diante de um público hostil, mas o uso correto do humor no contexto certo pode atrair simpatia;

o Vale ressaltar que um bom orador não usa o humor especificamente para contar piadas, ele usa o humor de forma eficaz para destacar a mensagem que deseja transmitir ao público.

Algumas sugestões sobre como pode integrar o humor ao falar em público:

o auto-ironia - é recomendado que quando quiser rir de alguém é fazer isso de si mesmo de forma sutil e elegante; as pessoas vão gostar quando conseguir integrar-se facilmente os autorones ao seu discurso;

o anedotas - pode usar uma história engraçada que viveu ou uma história que o inspirou ou divertiu e que pode apimentar com um pouco de humor;

o citações ou metáforas podem ser usadas como comparações que muitas vezes farão o público sorrir, são muito úteis para passar pelo público;

A integração do humor ao falar em público não deve ser mal interpretada. O humor trará um sorriso ao público e o ajudará a destacar a sua mensagem, mas isso não significa que a pessoa terá: discurso / piada / discurso / piada. Deve ter em mente que é um orador em público e não um comediante. O humor ajudar-lhe-á a moldar as informações que deseja transmitir ao seu público.

Indicador de estrutura do programa

Para desenvolver o conteúdo de uma apresentação de qualidade é necessário focar-se nos seguintes aspetos:



o conteúdo a ser organizado de acordo com o programa estabelecido;

o o orador deve dosear o seu tempo de forma a abordar todos os temas que propôs e respeitar cada parte do programa;

o programa refletirá as condições de participação e também os objetivos do curso;

o programa definirá os benefícios da participação no curso e os benefícios prometidos;

o programa será projetado para focar nas implicações práticas e relevantes para os auditores;

Indicador - dicas/jogos e atividades

Falar em público é uma competência que é precisa praticar, certamente não tem uma sala cheia de auditores, mas isso não deve impedi-lo de praticar. Por isso, apresentaremos uma série de jogos e atividades que contribuirão para o desenvolvimento das suas competências de falar em público.

Aberrante como estudos são considerados que numa apresentação de qualidade 38% representam a sua voz, 55% comunicação não verbal e 7% conteúdo. Então, a entrega do conteúdo importa mais do que o que você diz, então, pode abordar o seguinte exercício: pegue um parágrafo numa língua estrangeira que você não entende e escreva algumas linhas que não fazem sentido e leia o texto permitido como você apresentaria um discurso muito importante. Também deverá prestar atenção ao tom, nas inflexões da voz para criar mais interesse, terá que ter em mente que você dá sentido às palavras.

Analisar profissionais pesquisam na internet discursos de profissionais que influenciaram pessoas e gerações desde a Grécia Antiga e até os dias atuais. Escolha um discurso que lhe interesse e analise a estrutura narrativa, qual é a forma de transmitir a mensagem e como os elementos visuais melhoram a fala e outros aspetos que contribuem para a apresentação de um discurso extraordinário.

As interrupções (aaaa/então... hmmm) vão influenciar negativamente na fala, vai ser difícil para o ouvinte ouvir, vão fazer parecê-lo menos preparado e no controle da situação. Recomendamos que para este exercício você registre a fala (não importa o assunto) por cerca de 30 segundos e tome cuidado para não usar as palavras de preenchimento exemplificadas acima. Ouça a gravação e se notar que repete certas palavras, expressões, tem um tique verbal, um defeito de dicção ou pausa, tente corrigi-lo retomando o exercício (é aconselhável fazer isso pelo menos 10 vezes). Assim terá uma fala fluente sem interrupções.

A prova olímpica para este exercício recomendamos que ajuste o cronômetro para um minuto e registrar-se-á apresentando um discurso improvisado. Lembre-se que a única e mais importante regra é não preparar-se com antecedência. Isso ajudá-lo-á a falar com mais conforto e reduzirá a sua ansiedade e medo de não ter nada a dizer.

Fotografia para envolvimento do público, recomendamos que use a história. Por exemplo, para praticar o desenvolvimento de histórias, recomendamos que encontre uma foto interessante online e se registre ao contar uma história sobre essa foto. Mostra o que acha que a fotografia significa, quem são as pessoas e seus sonhos e motivações, e outros aspetos que geram uma história convincente.

O dicionário, independentemente do tema abordado, deve transmitir ao público uma sensação de segurança em relação ao conhecimento que possui no tema abordado. Assim, recomendamos que faça o seguinte exercício: escolha uma palavra que não saiba definir e registre dizendo no seu entender o que significa. Preste atenção também ao tom de voz e ao fluxo de ideias.

O especialista em qualquer coisa para este exercício é bom procurar a ajuda de um amigo. Recomendamos que escolha um tema sobre o qual não conhece muito, depois peça ao seu amigo que invente algo sobre esse tema e faça o máximo de perguntas possível. Recomendamos que suas respostas sejam seguras como se pertencessem ao melhor especialista. Isso ajudar-lhe-á a mostrar que sabe do que está a falar e a superar qualquer situação incerta na qual não saiba exatamente o que dizer.

Ama-me, Não me ama!

Se quer que o seu público fique entusiasmado com o tópico, terá que mostrar entusiasmo por ele. Exercício: recomendamos que escolha um objeto do qual seja indiferente ou que não goste e desenvolva um discurso falando com entusiasmo sobre ele. Tenha cuidado para que você tenha que usar a sua voz, o seu cinto, a sua linguagem corporal por forma a parecer o prado mais interessante do universo.

Publicidade

Atendemos apresentações que se referem à venda de um produto para que tenha que praticar para ser o melhor. Escolha um objeto à sua volta e anuncie-o por cerca de um minuto. Registre-se e descreva o que o torna especial e como ele contribui para melhorar a vida das pessoas ao seu redor e por que os outros precisam tê-lo.

Boa fala-boa dicção

Para um bom discurso, o ritmo ideacional é importante, mas também devemos ter uma dicção impecável. O que requer muito tempo de escuta e esforço? A dicção é considerada o seu cartão de visita que exige respeito, por isso recomendamos que pratique sua fala em casa e se corrija ou peça ajuda a um amigo.

 BIBLIOGRAFIA:



- Te uiți în jos când vorbești cu publicul? Îți frângi mâinile sau le ascunzi la spate?
- Descoperă în articol ce gesturi ar trebui evitate pentru o mai bună conectare cu publicul - [Dictie.md](#)
- Public Speaking - Cum te poți folosi de umor în discursul tău? ([amaliasterescu.ro](#))
- Public speaking: sfaturi, jocuri și activități – Lecția de dicție ([dictie.ro](#))

EXERCISES FOR THE IMPROVEMENT OF PUBLIC SPEAKING





❖ EXERCÍCIOS – A FORMA INFORMATIVA

Esta tipologia de falar em público concentra-se em explicar um conceito ou ideia ao público. Palestrantes informativos tendem a concentrar-se em tópicos específicos, como pessoas, eventos, lugares, histórias, etc. Exemplos podem incluir um professor universitário dando uma palestra sobre um tópico específico ou um executivo sênior de uma empresa a fazer uma apresentação sobre as vendas do ano passado. Em vez de argumentar ou apelar para as emoções dos ouvintes, tente fazer declarações objetivas que descrevam claramente o assunto. Isso significa que precisa seguir uma progressão passo a passo com linguagem informativa, não argumentativa.

- ❖ **Este exercício consiste em escrever e treinar a apresentação usando os princípios da técnica informativa. Escolha um tema que conheça bem ou sobre o qual deseja aprender - depois encontre várias fontes confiáveis para apoiar as suas palavras. Formule o objetivo do discurso, apresente-o de forma concisa. A apresentação do seu discurso serve para deixar claro qual será o tema principal e deve ser o mais preciso possível. Informar em vez de persuadir. Lembre-se de que o objetivo de um discurso informativo não é tentar convencer o público de que você está certo.**

Em vez de argumentar ou apelar para as emoções dos ouvintes, tente fazer declarações objetivas que descrevam claramente o assunto. Isso significa que precisa seguir uma progressão passo a passo com linguagem informativa, não argumentativa.

- ❖ **Este exercício consiste em escrever e treinar na apresentação usando os princípios da técnica informativa. Escolha um tema que conheça bem ou sobre o qual deseja aprender - depois encontre várias fontes confiáveis para apoiar suas palavras. Formule o objetivo do discurso, apresente-o de forma concisa. A apresentação do seu discurso serve para deixar claro qual será o tema principal e deve ser o mais preciso possível. Informar em vez de persuadir. Lembre-se de que o objetivo de um discurso informativo não é tentar convencer o público de que você está certo.**



NEED : A SPEECH

TIME : 5-15 MN

TARGET : ORATOR MAIN SKILLS

❖ EXERCÍCIOS- A FORMA PERSUASIVA



É o coração da oratória e das apresentações; na verdade, é amplamente percebido como o poder de falar em público. A conversa persuasiva é sobre convencer os membros do seu público a fazer algo, com base na concordância deles com o seu ponto de vista. Nessa técnica, o espectro de persuasão é amplo: pode fazer com que os membros do seu público concordem em comprar um produto, adotar um novo estilo de vida ou até mesmo se conformar com uma determinada opinião política. Advogados, políticos e vendedores usam essa técnica a seu favor e se quiser persuadir o seu público a fazer algo.

- ❖ **Este exercício consiste em escrever um discurso usando técnicas de persuasão. Escolha, se possível, um tema que goste ou uma ideia que queira defender. Dependendo do tema e do seu público, há muitas maneiras de tentar convencer as pessoas a adotarem o seu ponto de vista.**

Desde a Grécia antiga, os oradores contam com três métodos principais de persuasão:

Ethos. Está a tentar tocar a ética ou a moral do seu público. Por exemplo: "Reciclar é uma coisa justa, não podemos continuar desperdiçando nossos recursos limitados e privá-los das gerações futuras, é imoral".

Patos. Tenta tocar as emoções do seu público. Por exemplo: "Pense naqueles pobres animais que perdem seu habitat todos os dias porque cortamos suas árvores. Se você reciclasse mais, poderíamos salvar essas belas florestas. »

Logotipos. Está a tentar tocar a lógica ou o intelecto do seu público. Por exemplo: "Todos sabemos que nossos recursos naturais são limitados. É possível fazê-los durar mais tempo reciclando-os.»

Pode usar-se um ou várias combinações.



NEED : A SPEECH
TIME : 5-15 MN
TARGET : ORATOR MAIN SKILLS

❖ EXERCÍCIOS- A FORMA DEMONSTRATIVA

Este é um pouco questionável porque se concentra mais nas ações omitidas durante um discurso ou apresentação do que nas palavras ditas. Ainda assim, vale a pena falar. Os discursos demonstrativos são aqueles em que o orador realiza ações e explica claramente essas ações no processo. A ideia é envolver o público em meios verbais e não verbais de comunicação. Ao fazer isso, o orador tem uma melhor oportunidade de passar a mensagem para o público.



Já presenciou um anúncio publicitário sobre um produto nerd?

Sabe, aqueles em que o apresentador fala indefinidamente sobre um produto e mostra todas as características?

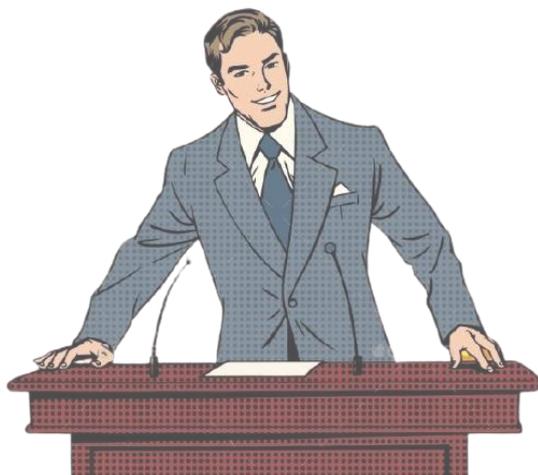
Um barqueiro sempre exagera na qualidade dos seus produtos, senão seria apenas um vendedor... Isso faz parte da parte "teatral" que faz essa profissão.



NEED : A SPEECH
TIME : 5-15 MN
TARGET : ORATOR MAIN SKILLS

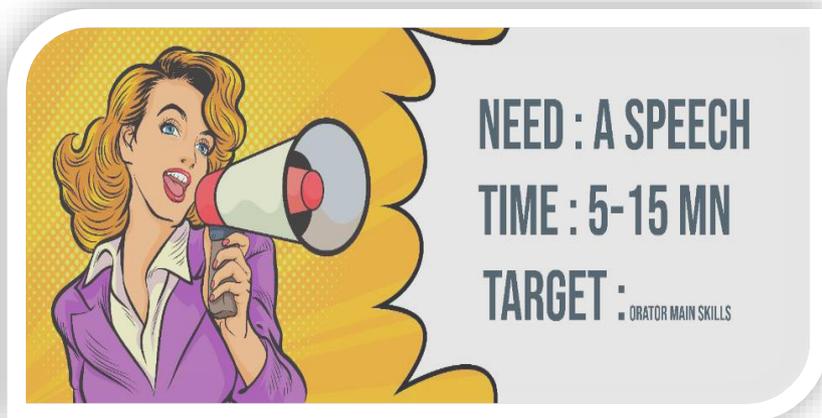
- ❖ Este exercício consiste em vender um produto milagroso e listar as suas funções durante uma demonstração. O objetivo não é aprender a mentir, mas ter um discurso envolvente que leve a uma potencial venda sem estabelecer limites nos argumentos utilizados. Pegue o seu aspirador de pó [qualquer objeto técnico com funções] e demonstre esses desempenhos incríveis até convencer o mais cauteloso dos compradores. Não hesite em adicionar mais e envolver o público, real ou não.
- ❖ Do caso de aço endurecido dos Urais, inicialmente planeado para o Ariane III, ao seu poder de sucção "equivalente ao impulso de trinta puros-sangues árabes" nada é tão bonito quando se deve convencer com estilo. A variante em público pode ser realizada durante uma refeição com os amigos, escolher um objeto na mesa, um garfo ou a garrafa de ketchup não importa o que aconteça, e discutir até convencer o público a comprá-lo a si. Considere que este exercício geralmente requer falar mais alto e requer uma significativa efusão de energia.

❖ EXERCÍCIOS – A FORMA CERIMONIOSA



Os discursos cerimoniais consistem em fazer discursos em ocasiões especiais (como casamentos, aniversários, formaturas, etc.). O objetivo do discurso cerimonial é desencadear uma resposta emocional de uma audiência. Trata-se de promover uma conexão emocional com as pessoas que dedicam tempo para ouvi-lo. Se adotar essa abordagem, fale sobre as coisas que o aproximarão ao seu público de uma maneira que una todos na sala.

- ❖ "Competência" é a qualificação acadêmica mais alta que uma pessoa pode receber, e você faz parte da última turma aceita. Diante de uma multidão comprometida com sua causa, é hora de fazer um discurso. Este deve ser impactante e durar de 1 a 2 minutos sem tempo de inatividade. Todos os componentes da retórica podem ser incluídos aqui, para que seu tom possa passar de "solene" no momento do agradecimento a "relaxado" evocando as anedotas do seu melhor tempo na universidade.



- ❖ O seu melhor amigo está a comemorar o seu 60º aniversário. Vocês conhecem-se há mais de 40 anos e viveram toneladas de histórias incríveis juntos. Você está designado para o discurso de abertura da festa de aniversário. Este incluirá passagens engraçadas, comoventes e dramáticas, mas você nunca será interrompido. Cabe a si usar o seu arsenal retórico para deixar uma marca.

- ❖ É a sua aposentadoria "mote de partida". Depois de quarenta anos nesta empresa, você está prestes a deixar os seus colegas. O seu discurso vai refazer a sua carreira na empresa, do estágio ao departamento de correio em vez de CFO. O seu discurso será emocional e atrairá bondade e compaixão do seu público.



O domínio da dicção é um dos fundamentos da arte da oratória. De facto, a articulação e a pronúncia permitem uma fala fluida e facilitam o bom entendimento. A boa fala influencia muito a escuta do público que se cansa facilmente quando tem que se esforçar para entendê-lo. O impacto do seu discurso público ou virado para a câmara depende diretamente da sua dicção.

Para ser eficaz de forma sustentável, a sua formação deve ser regular e constante. Assim como atores ou cantores, para que a sua dicção se torne reflexa. Assim como eles, a sua voz é uma das suas ferramentas. Cabe-lhe a si dominar o seu uso e manutenção.

Tome este momento como um tempo para si, um encontro consigo mesmo. Inclusive, convido-o a colocar na sua agenda, para que esse ritual benéfico seja ancorado na sua organização.

É também "para si" que você trabalha a sua dicção. Quero dizer, não apenas para a sua vida profissional, estudantil ou escolar, mas também para estar "confortável" na sua vida pessoal. Porque saber expressar-se bem significa saber destacar as suas competências, os seus talentos e a sua visão do mundo. É poder ser si mesmo entre os outros e saber dizê-lo. Ao realizar os seguintes exercícios, você poderá, de maneira divertida, melhorar todas as competências necessárias.

- ❖ **Para este exercício, deve praticar a mastigação de algumas sílabas de forma silenciosa, lenta e elástica, como se tivesse uma goma de mascar imaginária na boca. Tomando cada sílaba de um texto, então mastigamos esse texto, mas suavemente, sem exagerar. Então, devemos dirigir-nos como se estivéssemos a escrever uma carta para nós mesmos, sem entusiasmo. Então nos dirigimos a uma pessoa, real ou virtual, levando a sua voz no horizonte".**
- ❖ **Para este exercício, é necessário treinar frases de dicção repetidas. Também podemos repetir algumas frases de dicção. Cada idioma tem um painel de frases de dicção, mas é melhor escolher um grande texto em prosa clássica, enfatizá-lo e tentar interpretá-lo. No final, textos clássicos grandes ou frases complicadas facilitam a aquisição de uma dicção perfeita.**

- Quanta madeira uma marmota conseguiria atirar se uma marmota pudesse atirar madeira?
- Qual a bruxa que trocou os relógios de pulso suíços?
- Ela vende conchas à beira-mar?
- Você pode abrir uma lata com um enlatador?



NEED : SENTENCES FOR DICTION

TIME : 1- 5 MN

TARGET : IMPROVE DICTION



REGULAÇÃO DA VELOCIDADE DA FALA

Uma das razões importantes pelas quais nossa mensagem não é totalmente entregue é o erro em nossa velocidade de fala. Algumas pessoas falam muito rápido, fazendo com que as palavras fiquem incompreensíveis ou atrasadas, enquanto outras falam muito devagar, distraindo os ouvintes ou não conseguindo colocar o assunto em suas mentes. Nenhum tipo de altifalante é bem-sucedido. Eles produzem stress nos ouvintes. Com a prática, isso pode ser mudado.

❖ EXERCÍCIOS DE REGULAÇÃO DA VELOCIDADE DA FALA

Leia qualquer texto o mais rápido possível, prestando atenção na pronúncia das palavras. Leia qualquer texto lentamente, prestando atenção na pronúncia das palavras e reforçando a ênfase.

Ganhar um timbre de voz: A beleza da voz depende de ser confortável sem forçar. Portanto, o relaxamento de todos os órgãos vocais embelezará nossa voz e lhe dará timbre. Além disso, tentar fazer com que nossas vozes ressoem mais ao falar aumentará o sabor e desenvolverá um tom mais expressivo.

NEED : A TEXT
TIME : 2-10 MN
TARGET : SPEAKING SPEED REGULATION

ORATOR MAIN SKILLS

FORMAÇÃO DE ÓRGÃOS DE VOZ: Respiração: Muitas vezes as pessoas respiram de forma errada. Para uma respiração correta, os lobos inferiores dos pulmões devem ser importantes, não os superiores. A respiração adequada é feita pelo músculo diafragma, não pelo movimento da caixa torácica. Quando a respiração diafragmática é feita, a eficiência dos lobos inferiores dos pulmões aumentará e pelo menos 50% a mais de oxigênio será absorvido. A incapacidade do orador de respirar enquanto fala é o resultado da respiração incorreta.



NEED : A BOOK

TIME : 2-5 MN

TARGET : IMPROVE BREATH AND BREATHING

- **EXERCÍCIOS DE RESPIRAÇÃO** : Para a respiração correta do diafragma, os seus ombros e caixa torácica superior não devem se mover enquanto respira profundamente, mas seu estômago deve se mover. Este hábito deve ser adquirido na respiração contínua.
 - Os participantes com dificuldade na respiração diafragmática devem deitar de costas em uma superfície plana e tentar respirar pelo diafragma.
 - Pratique a respiração profunda formulando os tempos de inspiração, retenção e expiração com 1-4-2.
 - Depois de respirar fundo, pratique a expiração soprando a menor quantidade de ar enquanto expira. Ao expirar na forma de sopro, tente sentir que está soprando na dimensão mais baixa, colocando a mão na frente da boca.
 - Para aprender a usar a respiração de forma econômica, expire com a(s) consoante(s), aumentando sua duração a cada vez. sssssssss / s-s-s-s-s / sssss-s-s-s-sssss / ssss-s / s-S-s-s-s
 - Faça a respiração do cão.
- **EXERCÍCIOS DE RESPIRAÇÃO 2**: Este exercício consiste em deitar de costas, as pernas dobradas com os calcanhares perto das nádegas. É então necessário inspirar e expirar lentamente até sentir a regularidade de sua própria respiração. Então, deve colocar um livro na parede abdominal e inspirar profundamente e depois expirar, certificando-se de que o trabalho permaneça no lugar.

Fique de pé, pés paralelos ao alinhamento de seu corpo, e traga seu olhar para a altura do horizonte. Neste momento, é necessário introduzir um "fff" sem apertar a garganta. "O ar é assim colocado sob pressão no corpo, é a energia fonatória que será utilizada para a produção cantada ou falada"

A respiração ventral permite que a pessoa faça a gestão das suas emoções, reduza a sua frequência cardíaca e diminua a temperatura do corpo quando tiver nervosismo. "Deverá ter em mente a imagem de um fole para o fogo. Quando você aperta o fole, ele expelle o ar e quando solta o ar entra sozinho. Em seguida, sobre todo o ar pela boca, imaginando que o umbigo se une ao Então ficamos dois segundos em apneia e liberamos lentamente os abdominais.

EXERCÍCIOS PARA A LÍNGUA, MANDÍBULA E LÁBIO



NEED : A TONG

TIME : 1-2 MN

TARGET : TRAINING VOICE ORGANS

- Para linguagem: Mastigue a sua língua tão rápido quanto a pastilha elástica se tritura na boca. Estenda a língua. Mova a língua ao redor da boca em movimentos circulares. Tente alcançar as direções extremas usando sua língua exageradamente.
- Para o queixo: Coloque a mão no maxilar inferior e empurre o queixo para cima para gritar "foda-se". Os músculos que empurram o queixo para baixo ficarão mais fortes. Ao massagear as bochechas com os lados internos de ambas as mãos, puxe as palmas das mãos para baixo e abra o queixo para baixo. Abra e feche o queixo de forma rápida e exagerada. Mova o queixo rapidamente para frente e para trás e para a esquerda e para a direita. Gire o queixo em movimentos circulares.
- Para o lábio: Tente fazer um som motor com os lábios e faça um "estalo". Mova seus lábios para frente e para trás, para a esquerda e para a direita e circularmente. Segure um lápis horizontalmente em seus lábios e leia as seguintes frases: "Minha cidade natal", "Há um eu dentro de mim" Repita as seguintes palavras repetidamente e exageradamente:

"momumi" – "pepe" – "baba" – "roru" – "body language" – "feve" – "lalalâlâ"

❖ EXERCÍCIOS - VOGAIS

- Este exercício permite que aqueça a sua voz fazendo vocalizações e experimentando as vogais. É necessário partir do "a" mais grave para chegar aos agudos numa única expiração. Então inspiramos e vamos na direção oposta, dos agudos aos graves. Um exercício que se realiza nas primeiras cinco vogais e que nos permite aceder a todas as entonações da nossa voz. É necessário fazer dez graves e dez agudos diferentes. Leva cinco minutos, pouco antes de entrar no palco.
- O Mesmo princípio para este exercício, mas pegando uma palavra como "Antoine", por exemplo, começando do meio e depois subindo para o baixo, tomando ar a cada vez. Ao praticar regularmente esses exercícios, não precisa passar muito tempo lá no Dia D.



❖ EXERCÍCIO – ORADOR ESTILO AMERICANO

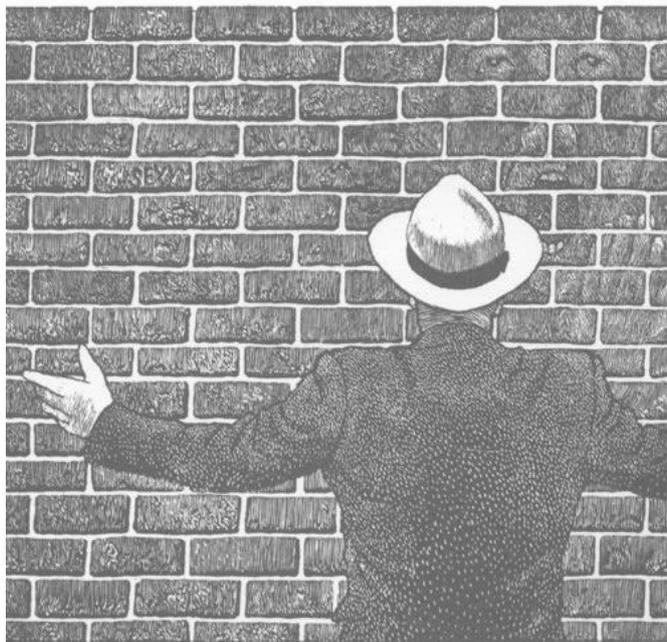
○ O seu trabalho é convencer, recrutar, alguns dirão manipular. E ele usa tudo o que é possível: seu corpo, seu rosto, sua voz e suas palavras. É muito teatral, na verdade toneladas, faz mímicas, varia o tom, cria silêncios... E diz para si mesmo: "Ele está fazendo demais". Você está certo! E, no entanto, deverá procurar imitá-lo. Encontre-se uma causa fútil, alguns princípios divertidos e os expresse com a convicção que faz desses oradores que são os pregadores.



NEED : A SPEECH
TIME : 5-15 MN
TARGET : ORATOR MAIN SKILLS

❖ ASSISTA A VÍDEOS DE DISCURSOS E ORADORES

o Falar em público é uma forma de arte e, como tal, alguns se tornaram mestres na disciplina. Muitos discursos famosos devem a sua popularidade tanto ao conteúdo quanto à pessoa que os proferiu. Tal como acontece com muitas disciplinas, inspirar-se na excelência continua a ser uma forma garantida de progredir; Vá para a web. Veja outros oradores profissionais ou discursos famosos. Faça uma lista, o mais precisa possível, do que faz a força do discurso. Através de cada exemplo, encontre pontos positivos para integrar em sua paleta de competências.

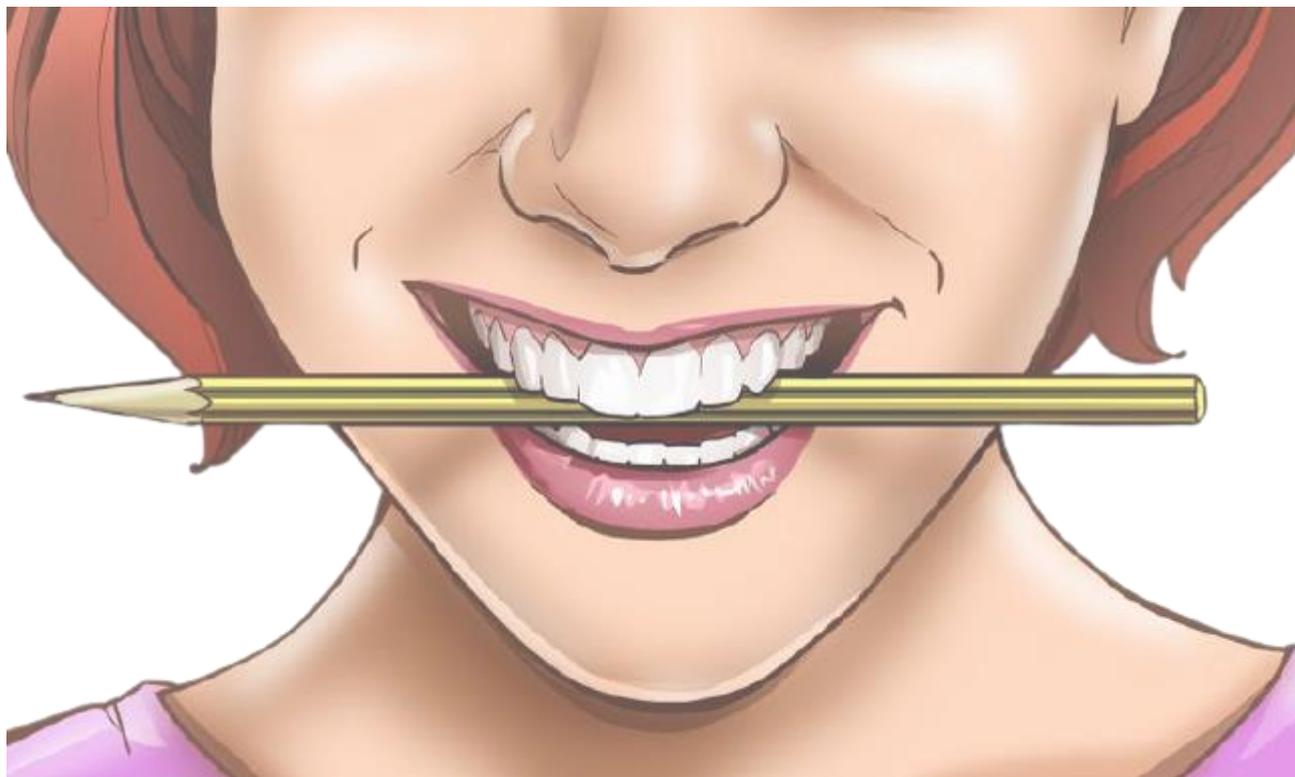


❖ EXERCÍCIO – FALAR PARA UMA PAREDE

○ Desafie-se a falar com uma parede pelo menos dois minutos seguidos. Para quê? Um dos principais fatores que reduz instantaneamente o seu nível de confiança e energia ao dirigir-se a um público são as expressões faciais e reações. Se praticar manter uma conversa ou parte da sua apresentação com o mesmo nível de energia e volume, poderá realizar uma apresentação ou discurso, mesmo que o público não sorria para si.

❖ EXERCÍCIO MORDER UMA CANETA

- Para ser bem sucedido ao falar em público, o fluxo deve ser claro e articulado. Em outras palavras, é melhor evitar erros, sob o risco de ver a sua credibilidade ser atingida. Aqui está um exercício original popular entre os atores de teatro que obviamente devem ter uma dicção impecável. Fique em pé e exagerando no baseado, leia frases como as torneiras de batata, as fugas do capô, tiras de tapioca, os desejos de Nikita e Anita: pancetta em seu habitat. Em seguida, faça o exercício com um lápis entre os dentes. Os seus discursos tornar-se-ão automaticamente mais fluidos.



❖ EXERCITE UM KIT EMOCIONAL

Pode dizer coisas interessantes com uma voz perfeita, se o tom usado não for o correto ou se suas expressões faciais não forem adequadas, sua apresentação não será bem-sucedida. Aqui está um exercício que lhe permitirá rever a sua gama de emoções e as expressões que as acompanham.

- Escolha artigos curtos em um jornal diário ou em um site de notícias online. Geralmente, as "notícias" são bem adequadas a este exercício porque há artigos que provocam todas as emoções possíveis. Em seguida, reformule cada um deles "na frente da câmera", como se isso despertasse sua raiva, surpresa ou entusiasmo. Lembre-se de insistir em sua entonação e marcar as expressões faciais o máximo possível. Com base no vídeo, melhore esses pontos.

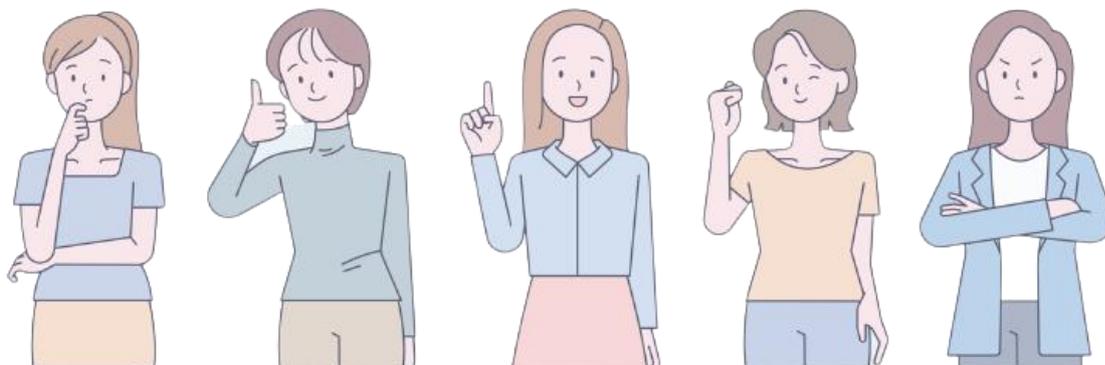


- Farès e os seus colegas vivem no sul do Iêmen. Em fevereiro passado, encontraram a carcaça de um cachalote a flutuar na superfície da água, os marinheiros ainda não sabem que nas entranhas do cetáceo, se esconde um tesouro. Eles trazem o animal de volta à praia e encontram o âmbar cinza, uma substância geralmente rejeitada pelos cachalotes e muito popular na perfumaria de luxo. O pedaço de âmbar cinza pesava 127 quilos; os pescadores imediatamente o venderam pela módica quantia de 1,2 milhões de euros!

- O governador republicano do Texas sancionou na quarta-feira uma lei que permite o porte de arma de fogo em público sem licença.

A nova legislação permite que qualquer pessoa com 21 anos ou mais use um em público sem permissão. O texto considera que as constituições dos Estados Unidos e do Texas permitem o porte de arma de fogo e que, portanto, deve haver menos obstáculos nesse sentido. O governador planeja presidir uma cerimônia para promulgar o projeto na próxima quinta-feira.

- "Torne-se um Youtuber para si ou para a sua empresa": este é o nome da sua nova formação que será lançado no dia 28 de setembro. Destina-se a pessoas que desejam desenvolver o seu canal no YouTube ou tornar-se um Youtuber corporativo para produzir conteúdo corporativo. Através desta nova formação pretendemos quebrar os códigos ao permitir que candidatos a emprego sem muita formação académica exerçam uma função em formação no digital marketing.



❖ EXERCÍCIO DE APENAS 1 MINUTO

Este é um exercício técnico para praticar a oratória. Ele foi projetado para focar a mente de um apresentador num objetivo específico ao fazer um discurso para que ele seja feito sem pausa. O exercício também ajuda a evitar bloqueios mentais ou a sensação horrível de repente não saber o que dizer ou como continuar. O exercício é vagamente baseado em "Just a Minute", uma comédia de rádio e um programa de painel da BBC Radio 4.

O objetivo do exercício é falar durante sessenta segundos sobre um determinado assunto sem repetição, hesitação ou desvio. Precisa escolher um conjunto de tópicos de acordo com as suas necessidades. Registre-se e depois justifique o seu desempenho com esta série de perguntas:

- Foi difícil seguir as regras?
- Qual lhe parece ser o maior problema para si? Você pode ficar no tópico?
- Costuma fazer pausas com muita frequência?
- Tende a repetir a si mesmo uma determinada palavra com muita frequência?
- O que faria diferente se tivesse a oportunidade de apresentar novamente?



❖ EXERCÍCIOS DE CONTAR HISTÓRIAS

Use este exercício de contar histórias para incentivar o pensamento criativo e espontâneo. Este exercício é ideal para apresentações públicas e técnicas de fala, bem como para qualquer pessoa que queira beneficiar das competências de contar histórias, como melhorar o impacto pessoal.

Conte uma história baseada num objeto que você escolheu de um chapéu enquanto continua a história que outros contaram até agora.

Deve colocar todos os objetos no chapéu para que os participantes possam escolher facilmente um ao acaso. Como resultado, os objetos não podem ser grandes. A escolha dos objetos permite controlar o significado da história e do exercício, então escolha de acordo com suas necessidades de treinamento. Em alguns casos os objetos podem ser substituídos por fotos de objetos. Este exercício, embora mais interessante em grupo, pode ser praticado sozinho.

Encontre na internet uma série de imagens não relacionadas. Crie um Patchwork e integre todas as suas imagens em uma história que se mantenha e tenha um fio condutor. Este exercício melhora significativamente as competências orais. Uma versão menos técnica é usar aleatoriamente palavras encontradas no dicionário. Este exercício também irá melhorar a criatividade. Aqui está um dos muitos sites para encontrar imagens aleatórias. www.unsplash.com

DICAS PARA MELHORIA DA LINGUAGEM CORPORAL E GESTOS

A sua linguagem corporal diz muito sobre si, muitas vezes determina a opinião que os outros têm de si e, portanto, sua capacidade de interessá-los e convencê-los. Em outras palavras, sua capacidade de alcançar ou não o sucesso profissional e pessoal ao qual você pode aspirar. Estudos mostram, de facto, que pessoas que parecem mais confiantes têm maior propensão ao sucesso. São ouvidos e admirados mais do que seus pares que o são menos.

MANTENHA A CABEÇA Erguida: Para parecer mais confiante, deve manter a cabeça erguida em todas as circunstâncias (no primeiro sentido da palavra). De facto, um estudo mostra que as pessoas que emanam mais confiança raramente olham para baixo, para a mesa, para o chão ou para os sapatos, como todos fazemos às vezes por instinto. O conselho, portanto, envolve manter a cabeça erguida o máximo possível e, então, perceberá muito rapidamente que, simulando a confiança por meio deste exercício, conseguirá criar um círculo virtuoso. Quanto mais confiante parecer, mais será capaz de gerar mais confiança em si mesmo.

MANTENHA UMA BOA POSTURA: A sua postura necessariamente influencia a forma como as pessoas ao seu redor o percebem. Manter-se em pé geralmente emana mais confiança, autoridade e legitimidade, enquanto, inversamente, uma postura curvada naturalmente nos remete a uma atitude menos profissional e motivada. Esses são obviamente códigos de linguagem corporal e às vezes podem enviar de volta uma imagem falsa das pessoas sobre as quais fazemos esse julgamento. Mas até prova em contrário, saiba que nosso cérebro usa esse tipo de atalho para nos guiar diariamente em nossas interações sociais. Então pense sobre isso e certifique-se de aproveitá-lo, tanto quanto possível.



FALE COM AS MÃOS: É de facto a melhor maneira de parecer mais confiante e autêntico, quando se comunica oralmente. Sem cair na caricatura, lembre-se sempre de ilustrar as suas palavras com as mãos. Apertando o polegar e o indicador para enfatizar a precisão, fazendo um movimento de pêndulo para ilustrar uma comparação ou mantendo as palmas das mãos voltadas para cima para enfatizar sua autenticidade e boas intenções

MANTENHA O CONTATO COM OS OLHOS: O "contato com os olhos" é certamente um dos indicadores mais confiáveis dos níveis de confiança que as pessoas têm em si mesmas e no que dizem, quando estão na frente de outra pessoa. Muitas vezes temos o hábito de interromper o contato visual, quando nos sentimos desconfortáveis, quando mentimos ou quando estamos mais tímidos ou constrangidos. Portanto, é lógico que para parecer naturalmente confiante é importante manter sempre um olhar constante para seus interlocutores. Para fazer isso, e se sentir-se desconfortável a olhar continuamente alguém nos olhos, aconselho-o a usar a técnica de 2 segundos. Olhe para os olhos da pessoa por dois segundos, depois para o nariz por mais dois segundos, para a boca, depois para o rosto inteiro e assim por diante.

REDUZA SUAS HESITAÇÕES VERBAIS: Enquanto nossa linguagem corporal diz muito sobre cada um de nós, as pessoas ao nosso redor também medem a confiança que temos em nós mesmos de acordo com nossa maneira de falar, nosso vocabulário e nossos maneirismos. Nosso conselho, portanto, envolve convidá-lo a reduzir ao máximo as hesitações e os tiques verbais do seu mandato, especialmente para articular cada palavra e reduzir sua velocidade de fala. Na verdade, o último elemento é muitas vezes um indicador de falta de confiança. Portanto, reserve um tempo para falar, sendo preciso no que diz, como se todos estivessem bebendo suas palavras. Esta é certamente a melhor maneira de provocar a mesma reação.

SEJA MAIS INTERESSADO DO QUE INTERESSANTE: Basta olhar ao seu redor para perceber muito rapidamente que nem sempre são as pessoas mais interessantes que cativam mais as pessoas ao seu redor. Embora seja naturalmente útil ser culto e interessante para gerar mais entusiasmo, a melhor maneira de parecer mais confiante e encantar seus interlocutores será sempre o interesse que tem por eles. Portanto, se interesse pelo que eles fazem, o que eles pensam, faça perguntas e perceberá muito rapidamente, que além de ensinar as pessoas ao seu redor, terá o benefício de gerar uma hegemonia positiva em torno da imagem que os outros têm de si.

RETIRE AS MÃOS DO BOLSO MANTENHA-AS CLARAMENTE VISÍVEIS: Isto parece lógico depois de ler o ponto 4, mas não deixa de ser um erro que muitas vezes se observa à nossa volta. Manter as mãos nos bolsos é uma das piores coisas que pode fazer se quiser parecer confiante. O ser humano por natureza tem o hábito de esconder as mãos quando se sente hesitante ou constrangido. Da mesma forma, que ele cruza os braços quando se sente menos receptivo. Portanto, esforce-se para manter as mãos sempre visíveis e os braços abertos. Esta é a melhor maneira de não cometer erros.

Embora algumas dessas dicas possam parecer baseadas principalmente na forma e não na substância, esteja ciente de que os seres humanos dependem principalmente de códigos culturais de aparência para definir suas primeiras impressões. É uma forma de nos orientarmos e simplificarmos nossas interações sociais. Para influenciar a opinião que os outros fazem de si mesmo, você deve, portanto, conhecer esses códigos e aprender a dominá-los. Esforce-se para usá-los a seu favor, e um dia descobrirá que a sua confiança falará por si mesma. Ao fazer os exercícios a seguir, melhorará todas essas competências, mas também ficará ciente das micro expressões do seu rosto.

❖ EXERCÍCIO DE FALAR COM O ESPELHO



As nossas expressões faciais dizem muito sobre as nossas emoções. Eles também têm um impacto significativo na qualidade da transmissão da mensagem. Muitas vezes desconhecemos as nossas atitudes e micro expressões que são perceptíveis ao público. Este exercício permitirá um primeiro passo de melhoria.

o Finja ter uma conversa ou fazer um discurso de um minuto sobre o que comeu no almoço. Concentre-se nas suas expressões faciais. Adapte as suas expressões faciais ao tom do seu discurso para ajudar a transmitir sua mensagem e chamar a atenção do seu público.

❖ EXERCÍCIO FAÇA-SE DE MEMO

Pode dizer coisas interessantes com uma voz perfeita, se os seus braços permanecerem pendurados ou colocados numa mesa, a sua apresentação não será bem-sucedida, pois a linguagem corporal desempenha um papel fundamental. Se estiver neste caso, pratique pantomima (uma peça imitada por um ator).

- o Escolha um texto técnico e chato na Wikipédia. Leia-o em voz alta enquanto o imita, quase palavra por palavra. Não se preocupe em fazer muito. Este exercício visa familiarizá-lo com suas mãos para estar pronto no Dia D.



❖ EXERCÍCIO DE FALAR COM OS SEUS ANIMAIS DE PELUCHE

o Algumas crianças divertem-se a jogar os jogos de role-playing, como um professor. Nesse caso, eles costumam falar na frente de uma classe composta por brinquedos macios ou cadeiras vazias. Uma boa maneira de aprender a falar em público e que deve ser copiada por adultos propensos ao nervosismo. Treinar para se expressar diante de um "público fantasma" pode melhorar a sua dicção, seu fluxo, o seu visual...



❖ EXERCÍCIO DE UM FILME REAL

o Uma das maneiras mais rápidas de identificar o que precisa mudar é observar-se a si mesmo a falar. Ligue a câmera e grave a si mesmo a falar por alguns minutos. Quando passar o ferro, não se julgue e comece a escrever uma lista das melhorias que pode fazer na sua linguagem corporal, bem como os tiques nervosos que você tem.

❖ EXERCÍCIO DE ESCRITA COM GESTOS

o O objetivo deste exercício é refletir sobre a linguagem corporal e os gestos e observar como tais sinais podem ser decisivos durante a comunicação. O exercício de treinamento ilustra a importância da comunicação sem o uso de palavras e como um contexto social pode nos ajudar a entender o que está acontecendo em uma determinada situação. O exercício também ajuda a liberar a criatividade da escrita, por isso também é ideal como exercício de narrativa e escrita criativa.

Escreva um conto onde todas as comunicações são feitas através da linguagem corporal

Para a história, considere as seguintes regras:

- Deve consistir em uma conversa entre duas ou mais pessoas.
- Não deve haver "palavras" nessas conversas. Em vez disso, toda a comunicação deve ocorrer usando a linguagem corporal.
- Precisa explicar o que está acontecendo descrevendo a linguagem corporal das personagens da história.
- A narração pode ser na terceira pessoa ou na primeira pessoa
- Os grupos devem procurar abranger gestos, maneiras, expressões faciais, tom de voz e estados corporais associados a várias emoções, como o choro.



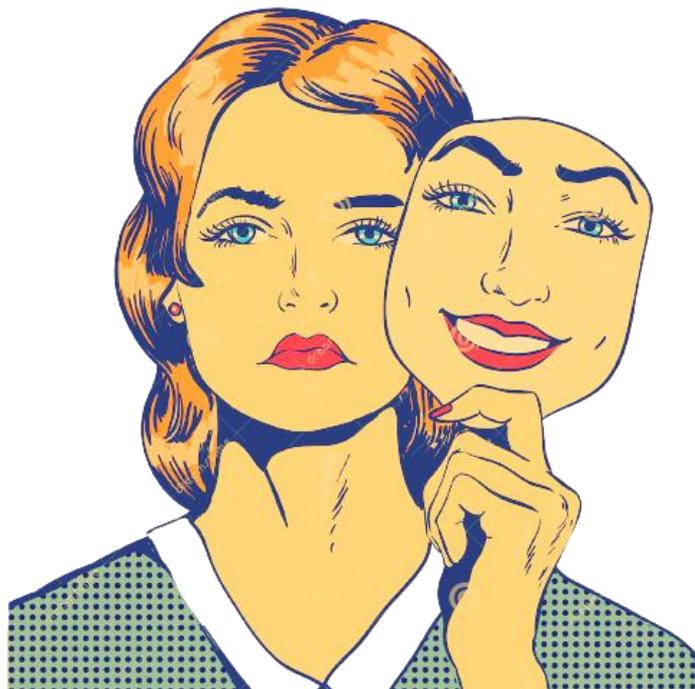
NEED : A SPEECH
TIME : 5 MN
TARGET : BODY LANGUAGE

❖ SIMULE E ADICIONE HUMOR INICIAL

o Este exercício ilustra um ponto importante sobre a linguagem corporal. Assim que vemos uma pessoa, lemos rapidamente a sua linguagem corporal para estabelecer o seu humor e podemos ser muito bons nessa área. O problema é que o clima da interação é então definido a partir deste ponto e pode ser contagioso. Esse contágio emocional pode funcionar contra nós porque podemos reagir com as mesmas emoções negativas mesmo quando não há razão para isso.

Adote atitudes relacionadas a um humor, a um estado de espírito e peça a um amigo que observe a linguagem corporal e adivinhe a emoção representada

- Confiante
- Feliz
- Zangado
- Nervoso
- Stressado
- Falante
- Entediante
- Frustrante
- Cínico
- Vitimas
- Deprimido



NEED : EMOTIONS
TIME : 5 MN
TARGET : BODY LANGUAGE

❖ SIMULE O ORADOR E O IMITADOR

Algumas pessoas falam rápido. Eles gostam de falar com a mesma velocidade que pensam. Durante o processo, as pessoas que falam rápido acabam resmungando muito, encurtando frases, arredondando partes e pulando palavras. Sua dicção é pobre e, portanto, são difíceis de entender. O problema é que o orador rápido geralmente tem muito a dizer, e é por isso que eles estão com pressa para se expressar e, na maioria das vezes, o que eles querem compartilhar é realmente útil. No entanto, se ninguém entende o que eles têm a dizer ou se eles os misturam com todos os tipos de dados irrelevantes ou muitas vezes se afastam da tangente, os ouvintes rapidamente ficam entediados ou os entendem mal.



o Este exercício ajuda essas pessoas a treinar para diminuir a sua velocidade da fala e melhorar a sua dicção. O exercício também ajudar a praticar as competências da escuta, pois os delegados devem prestar total atenção ao que foi dito.

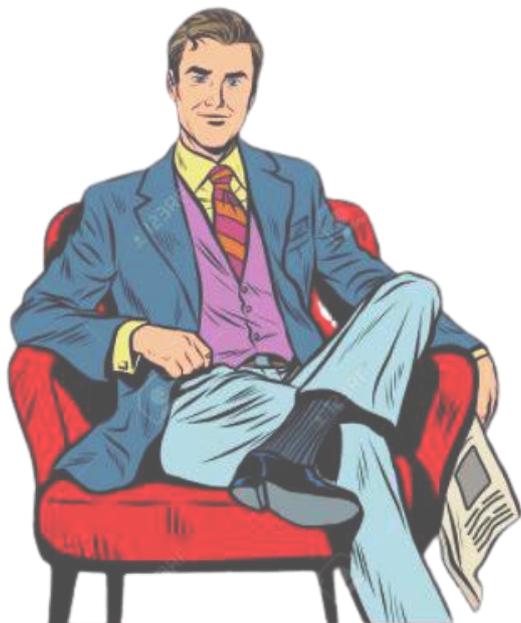
O objetivo do exercício é contar uma história curta numa velocidade ideal para permitir que o seu parceiro expresse o que você está a dizer-lhe usando gestos de linguagem corporal. Para fazer isso, é necessário dividir os papéis, um orador e um imitador.

Os oradores devem escolher um tema e contar uma história sobre ele. Pode ser uma experiência recente no trabalho, algo que deu errado durante um desporto ou um hobby ou até mesmo umas férias. Enquanto os oradores contam suas histórias, os imitadores devem repetir o que os oradores dizem em silêncio usando gestos.

Isso força o imitador a ouvir atentamente para entender o que foi dito para que ele possa estar de **acordo**.
Inverter papéis



NEED : NOTHING
TIME : 5 MN
TARGET : BODY LANGUAGE



As situações da vida quotidiana são oportunidades para melhorar as nossas competências de falar em público. Muitas vezes, mesmo sem perceber, usamos técnicas para capturar um olhar ou atrair a atenção de um público. Essas dicas e exercícios, às vezes originais, serão muito úteis para completar as suas competências de orador e melhorar a sua presença no global.

Cause a primeira boa impressão: todos nós tendemos a lembrar-nos das primeiras vezes. Por exemplo, a primeira vez que conhecemos alguém. A primeira impressão é, portanto, extremamente importante e principalmente porque só temos uma oportunidade para fazê-la. Precisa fazer os outros sentirem que você é semelhante a eles. Sentimo-nos mais à vontade com aqueles que se comportam e se parecem conosco porque assumimos que temos coisas em comum, como um passado, uma educação ou valores. Ficou demonstrado que estamos procurando reafirmar nossa primeira impressão ao invés de revisita-la.

Ter presença: é estar ciente do que está acontecer a cada momento, estar totalmente com os outros e ouvi-los com atenção. Isso construirá confiança e criará um melhor relacionamento com os outros.

Trabalhe seu carisma: Para ser um orador respeitado, terá que adquirir um mínimo de carisma. Nem todas as pessoas são carismáticas da mesma maneira.

Como lembrete. Existem 4 estilos diferentes de carisma:

- o O carisma do Focus faz parecê-lo totalmente presente como Bill Clinton
- o O carisma da bondade diminui nos outros certas barreiras de defesa psicológica como o Dalai Lama.
- o O carisma de autoridade que faz os outros sentirem que tem o poder de mudar-lhes as suas vidas como Bill Gates
- o O carisma visionário inspira os outros e lhes dá fé para acreditarem em algo grande como Steve Jobs

❖ SIMULE UMA HISTÓRIA EMBARAÇOSA

As pessoas emocionais têm uma tendência infeliz de corar quando falam em público. Essa vermelhidão mostra ao ar livre que a pessoa está numa situação de stress ou que é muito tímido. Aqui está um exercício para ajudá-lo a combater este mal.

o Liste tudo o que pode deixá-lo desconfortável: despir-se no médico, anunciar os seus honorários, receber um elogio, falar na frente de estranhos. Imagine uma história que o deixa constrangido e depois conte-a aos entes queridos. Segundo os autores, é necessário "descrever o pior do pior do que pode acontecer consigo, esforçando-se para realmente vivê-lo". Isso permitir-lhe-á praticar o controle das suas emoções. Para ser mais eficaz em situações reais.



❖ SIMULE UM CLIENTE AGRADÁVEL

Nos restaurantes e em muitas outras lojas e serviços, mantemos um contacto efémero com um empregado de mesa ou um vendedor. Cada interação com uma equipe de atendimento é uma oportunidade de estabelecer uma forma de "tom" e atmosfera com a pessoa.

o Este exercício lhe dará a oportunidade de melhorar a sensação de que se refere ao primeiro contato.

Encontre um café perto de si que permita a interação com a equipe. Mostre-se o mais sorridente e agradável possível e observe se a pessoa está presa em seu humor e tom. Poderá renovar a experiência também para ver se a qualidade do serviço e a atenção que lhe trouxe está a crescer.

Muitas vezes as interações são curtas, então terá que o convencer muito rapidamente.

❖ SIMULE QUE O SEU AMIGO ESTÁ À SUA ESPERA

Capturar furtivamente o olhar de estranhos é uma competência importante ao falar em público. Este exercício, muito conhecido, permitirá que treine com facilidade.

o A sua missão é entrar no café como se tivesse um encontro com um amigo. Assim que entrar no café, pare a dois ou três passos da porta e passe o olhar de mesa em mesa (como se estivesse procurando a pessoa com quem tem um encontro marcado) aleatoriamente, tentando estabelecer a conexão visual com uma pessoa cada vez: mantenha o rosto aberto, bastante sorridente e observe atentamente quantos olhares capturou.

❖ SIMULE UM PASSAGEIRO AMIGÁVEL

A forma de cumprimentar as pessoas, tanto verbal quanto gestualmente, costuma ser a primeira oportunidade de atrair interesse e benevolência dos outros. Este é o primeiro ingrediente que um orador precisa.

o Provavelmente já lhe aconteceu ser cumprimentado na rua por um estranho sorridente, embora positivo a abordagem o surpreendeu porque ... ele é um estranho!!! Não procure mais, essa pessoa estava no processo de implementação deste exercício. Dê um passeio e, quando surgir a oportunidade, cumprimente estranhos com seu melhor sorriso. A missão será contar o número de cumprimentos e o número de sorrisos "em troca". Tente melhorar a sua pontuação com o tempo e a experiência.

❖ SIMULE UMA BREVE APRESENTAÇÃO SUA

É muito mais fácil apresentar outra pessoa, um amigo, do que a si mesmo. Tendemos a valorizar mais a jornada dos outros e a subestimar, até mesmo depreciar, a nossa. Dar valor a si mesmo sem fazer toneladas deles requer um pouco de tato. Aqui está um exercício que deve ajudá-lo a fazer isso. Sugerimos que escolha uma foto sua. O que está no seu cartão de identificação serve, mas pode pegar um maior para que fique claramente visível.

o Fique na ponta da mesa e tire uma foto em frente do outro lado. Dê uma boa olhada no rapaz adorável, a garota simpática você vê lá. A todos os convidados, apresente o retrato à sua frente..

Falar na terceira pessoa, é mais simples, no início. Insira o seguinte:

nome; • função; • Formação; • experiência; • forças; • realizações; • anedota; • planos para o futuro.

Expresse-se com imagens, pense no seu olhar e nos seus belos gestos.



📚 BIBLIOGRAFIA:

- [50 exercices pour prendre la parole en public](#)
- [97 exercices pour prendre la parole](#)
- [Les 100 mots de l'éloquence](#)
- [Parler en public. TED - Le guide officiel](#)
- [Les 50 règles d'or de l'éloquence](#)
- [L'école de la parole : L'art de l'éloquence pour tous !](#)
- [12 leçons de rhétorique](#)
- [Les 100 discours qui ont marqué le XXe siècle](#)
- [ORATEUR : comment parler en public](#)
- [A voix haute – le documentaire](#)
- [La parole est un sport de combat](#)
- [Le discours d'un Roi](#)

Laurence Levasseur
Chilina Hills, Geneviève Smal
Éric Cobast
Chris Anderson
Clotilde Lepetit
Laura Sibony
Victor Ferry
Simon Petermann
Rémi Raher

Bertrand Périer
Colin Firth



EVALUATION FORMS



I plan a beginning, middle, and end.



1. still learning



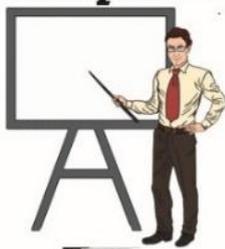
2. sometimes



3. almost always



I use pictures, drawings, and props.



1. still learning



2. sometimes



3. almost always



I look at my audience.



1. still learning



2. sometimes



3. almost always



I speak loudly and clearly.



1. still learning



2. sometimes



3. almost always



I answer questions from the audience.



1. still learning



2. sometimes



3. almost always



Classifique o desempenho do orador em cada item na coluna da esquerda circulando um dos números na coluna da direita após esse item. As classificações vão de 1 – mais baixo – a 5 – mais alto.

ESCOLHA DO TÓPICO

Adequado para a tarefa	1	2	3	4	5
Adequado ao limite de tempo	1	2	3	4	5

INTRODUÇÃO DO DISCURSO

Dispositivo de atenção	1	2	3	4	5
Entrega do chamador de atenção	1	2	3	4	5
Declaração de propósito	1	2	3	4	5

CORPO DO DISCURSO

Seleção de ideias principais	1	2	3	4	5
Desenvolvimento de ideias principais	1	2	3	4	5
Organização usando um método persuasivo	1	2	3	4	5
Razões de apoio para as ideias principais	1	2	3	4	5
Transições entre ideias	1	2	3	4	5
Qualidade da pesquisa	1	2	3	4	5
Variedade de fontes usadas	1	2	3	4	5
Citação das fontes	1	2	3	4	5
Uso eficaz da linguagem	1	2	3	4	5
Uso de evidências (cotações, estatísticas, etc.)	1	2	3	4	5

CONCLUSÃO DO DISCURSO

Resumo de ideias	1	2	3	4	5
Declaração de encerramento	1	2	3	4	5

ENTREGA DO DISCURSO

Contato visual	1	2	3	4	5
Volume	1	2	3	4	5
Expressão facial	1	2	3	4	5
Taxa de fala	1	2	3	4	5
Expressão vocal/tom	1	2	3	4	5
Pausas vocais (um, tipo, e-a, uh, etc.)	1	2	3	4	5
Pronúncia/Articulação	1	2	3	4	5

COMENTÁRIOS ESPECÍFICOS:

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DO DISCURSO EM PUBLICO

ESCOLHA DO TÓPICO

Adequado para a tarefa	Sim	Não	Marginal
Adequado ao limite de tempo	Sim	Não	

INTRODUÇÃO DO DISCURSO

Dispositivo de atenção	Alto interesse	Média	Semana
Entrega do chamador de atenção	Direto	Impessoal	
Declaração de propósito	Completo	Falta visualização	Nenhuma

CORPO DO DISCURSO

Seleção de ideias principais	Interessante	Adequado	Maçante
Desenvolvimento de ideias principais	Convincente	Adequado	Fraco
Razões de apoio para as ideias principais	Convincente	Adequado	Fraco
Transições entre ideias	Suave	Adequado	Fraco Nenhum
Qualidade da pesquisa	Minucioso	Adequado	Fraco
Variedade de fontes usadas	Bem escolhido	Adequado	Fraco
Citação de fontes	Adequado	Incompleto	
Uso eficaz da linguagem	Vívido	Adequado	Fraco
Uso de evidências (cotações, estatísticas, etc.)	Convincente	Adequado	Fraco

CONCLUSÃO DO DISCURSO

Resumo de ideias	Criativo	Adequado	Em falta
Declaração de encerramento	Relacionado à introdução		Fraco

ENTREGA DO DISCURSO

Contato visual	Eficaz	Limitado	Insuficiente
Volume	Normal	Alto	Suave
Expressão facial	Complementar	Média	Em branco
Taxa de fala	Normal	Rápido	Lento
Expressão vocal/tom	Expressivo	Média	Monótono
Pausas vocais (um, tipo, e-a, uh, etc.)	Nenhum	Alguns	Vários Muitos
Pronúncia/Articulação	Claro	Descuidado	Pouco claro

COMENTÁRIOS ESPECÍFICOS:

Name: _____ Date: _____



ORAL PRESENTATION

	Excellent	Proficient	Needs Improvement
Content			
Structure & Organization			
Time & Pacing			
Posture			
Eye Contact			
Clear & Audible Voice			
Visual Aid			

Comments:
