

4. Preparar e Estruturar a Apresentação

4





4 – Preparar e Estruturar a Apresentação

4.1 - Apresentação e Objectivos

Nesta unidade vamos tratar dos aspectos mais relevantes no trabalho de preparar e estruturar uma apresentação. Abordaremos, por isso, temáticas como a organização da informação, a apresentação de dados e os suportes visuais, as introduções e as conclusões e os planos gerais.

Assim, no final desta unidade deve ser capaz de :

- Identificar os principais padrões de organização da informação;
- Identificar formas correctas de apresentar dados numa apresentação;
- Conhecer os principais suportes visuais e como os utilizar,
- Identificar actuais correctas na preparação e estruturação de uma apresentação.



4.2 - A Organização da Informação

Os padrões de organização da informação mais utilizados são:

- Cronológico
- Espacial
- Por Tópicos
- Causal
- Problema-solução

Padrão Cronológico

Este padrão organiza a informação numa sequência temporal. Lembramo-nos certamente de ouvir histórias que tinham como início “Era uma vez...Há muito, muito tempo...” e final “e viveram felizes para sempre!”

Estas histórias obedecem quase sempre a um padrão cronológico. As demonstrações são feitas passo-a-passo, assim como as apresentações que nos exigem que consideremos o passado, o presente e o futuro.



Exemplo de temas que podem ser organizados cronologicamente:

- A história do Rei Artur
- A vida de Amália Rodrigues
- A melhor forma de fazer uma fogueira

Padrão Espacial

Como pode adivinhar pela palavra que lhe dá origem – espaço – este padrão organiza-se geograficamente: de leste para oeste, de norte para sul, da esquerda para a direita ou por local. Muitos discursos seguem esta estrutura.



Exemplo de temas que podem ser organizados espacialmente:

- Como chegar às Penhas Douradas
- O planeamento da nova livraria
- As vinhas da região vinícola do Douro



Padrão por Tópicos



Este é talvez o padrão mais utilizado na organização de comunicações e é geralmente o mais fácil de criar. Os aspectos de que falará estão organizados por categorias criadas por si, baseando-se na relação de cada item com o tópico.



Exemplo: Comunicação sobre igrejas norte-americanas que seguem o Novo Testamento

1. Unidade
2. Ciência religiosa
3. Ciência cristã

Exemplo: Prática de uma dieta saudável

1. A antiga pirâmide dos alimentos
2. A nova pirâmide dos alimentos
3. Descobertas recentes relativas às qualidades anti-oxidantes dos alimentos

Padrão Causal

Este padrão desenvolve uma relação que mostra como a ocorrência de um fenómeno é resultado directo de outro fenómeno.



Exemplo: Discurso sobre higiene oral

“A destruição dos dentes é determinada pela ausência de higiene oral, pela ingestão de açúcares e pela hereditariedade”.

Isto define o efeito.

O seu objectivo poderia ser: Quero que a assistência compreenda as razões da destruição dos dentes.

Os pontos principais poderiam ser:

1. A ausência de higiene oral e a cárie
2. A ingestão de açúcares e a cárie
3. A hereditariedade na destruição dos dentes

Estes pontos principais, juntamente com os dados apropriados, estabelecem as causas.



Padrão Problema-Solução



Este padrão é utilizado sobretudo em discursos que visam convencer a assistência e em instruções técnicas. A estrutura descreve um problema existente, dá razões para a sua resolução, avança com soluções potenciais e estabelece a acção recomendada.



Exemplos:

Contribuir para a Cruz Vermelha pode mudar a vida de muitas pessoas.

Um aumento de apenas 4% das propinas conduzirá ao aumento dos serviços de que os estudantes dispõem.

O novo medicamento que actua como prevenção do cancro da próstata está pronto a ser colocado no mercado.

Quando escolher este padrão tente prever as questões que a assistência lhe colocará.

Responda a tantas questões quantas conseguir quando fizer a exposição. Esteja preparado para responder a quaisquer questões que não consiga contemplar no período de perguntas e respostas.



4.3 - A Apresentação de Dados

“Sabia que, segundo a Sociedade Americana do Cancro, 70,7 cêntimos de cada dólar angariado vão para algo que não a organização de fundos e a gestão? Na verdade, 24 por cento destina-se à investigação, 17,7 por cento à prevenção e 12,6 por cento a campanhas de rastreio e programas de tratamento.”

Percebeu tudo? Certamente que não! Quando Patrick fez esta introdução ao seu discurso persuasivo integrado na campanha de angariação de fundos da Sociedade Americana do Cancro, cometeu vários erros graves.

Em primeiro lugar, começou por dizer que parte das doações se destina a algo que não a organização de fundos e a gestão, o que é visto negativamente por algumas pessoas e, portanto, constituirá um desincentivo. Deveria de imediato ter colocado ênfase em todas as actividades obviamente positivas que os fundos angariados financiam.

Em segundo lugar, confundiu a assistência com uma série de números.

Em terceiro lugar, não utilizou meios audiovisuais como suporte da apresentação de dados.

O texto e a imagem em conjunto transmitem uma mensagem muito eficaz, capaz de convencer o público de que cada dólar doado se destina a fazer algo útil na luta contra o cancro.

Referência verbal a dados

Uma forma garantida de fazer os ouvintes perderem o interesse é apresentar-lhes séries de números. Quando pretender comparar vários grupos de dados numéricos, faça acompanhar a exposição de um suporte visual.

Quando referir números estatísticos complicados, forneça os números exactos, depois arredonde-os para tornar a conceptualização mais fácil.



Exemplo:

Pode referir a popularidade de um aparelho televisivo específico analisando as vendas. Pode dizer que **“no último mês venderam-se 501.279 aparelhos da marca X. Imaginem só! Mais de meio milhão de pessoas preferiram a marca X a todas as outras existentes no mercado.”**

Por vezes, os ouvintes visualizam mais facilmente o que pretende afirmar se citar estatísticas de várias formas diferentes.

**Exemplo:**

Se pretender fornecer informação acerca do Monte Everest, pode descrevê-lo da seguinte forma: “ **O monte Everest tem 8848 metros de altitude. Com mais de 8800 metros, o monte Everest é a mais alta montanha do mundo.**

Mais de 4400 pessoas tentaram escalar até ao cume, mas apenas 728 conseguiram realizar este feito. Isto significa que mais de 85% daqueles que enfrentam o frio atroz, as tempestades terríveis e as enormes exigências físicas nunca alcançaram o cume!”

Referência a dados sob a forma visual

As tabelas e os gráficos podem acrescentar significado aos números e listas que pretenda incluir na exposição. Se possui uma quantidade significativa de dados, um suporte visual permite que a assistência faça comparações e compreenda facilmente a informação.

Pode revelar-se difícil decidir que tipo de suporte visual transmitirá mais eficazmente a mensagem.



4.4 - Os Suportes Visuais

São vários os suportes visuais que podemos utilizar numa apresentação em público.

Vejamos alguns:

Listas/Tabelas

Uma simples lista/tabela é frequentemente a melhor forma de mostrar a informação. Todos os fãs da música pop conhecem o formato da tabela dos “dez +”. Trata-se de uma simples lista de elementos. Algumas listas contêm colunas de dados.

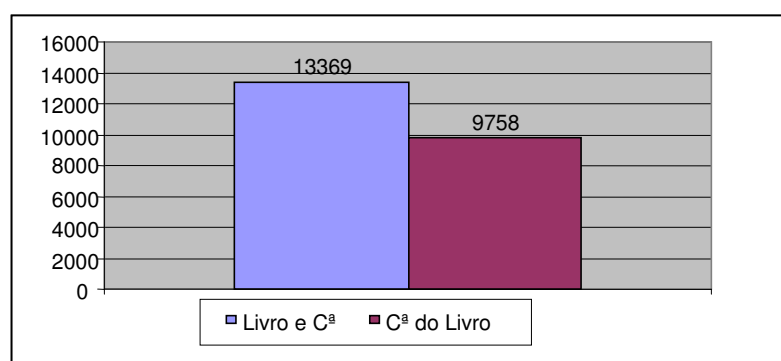
Exemplo: Tabela dos 5 livros mais vendidos na Livraria “Livro e Cª”

Título	Vendas
1. Decoração de Presentes	1.832
2. A Comunicação na Empresa	1.420
3. O Lado Humano da Mudança	967
4. Princípios de Gestão Financeira	716
5. Noções de Direito Comercial	532

Gráficos de Barras

Os gráficos de barras constituem um modo eficaz de comparar dados quantitativos. Os gráficos de áreas servem os mesmos propósitos.

Exemplo: Comparação do nº de livros existentes na Livraria “Livro e Cª” e na Livraria “Cª do Livro” terá o seguinte aspecto:

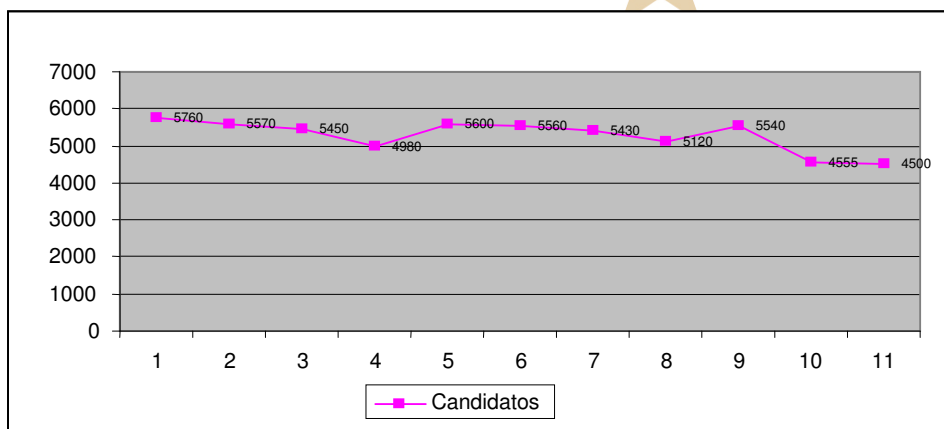




Gráficos Lineares

Os gráficos lineares são utilizados sobretudo para indicar alterações precisas ocorridas ao longo do tempo.

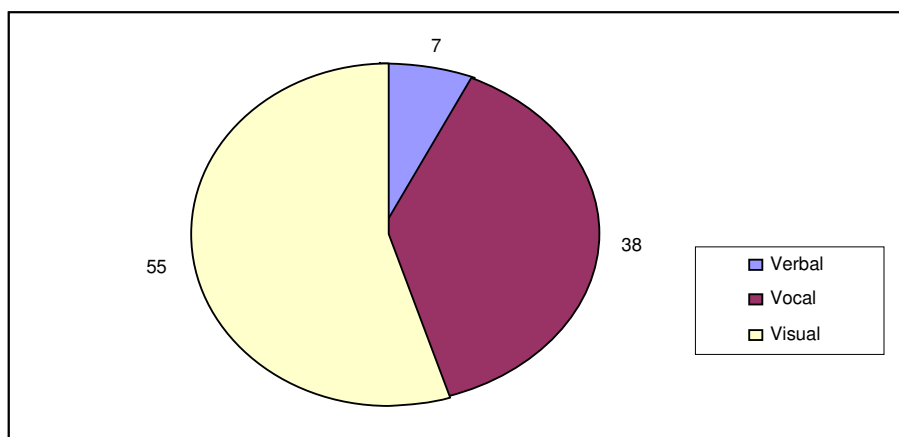
Exemplo: Eis um gráfico linear das candidaturas à frequência da Faculdade de Direito de 1995 a 2005



Sectogramas

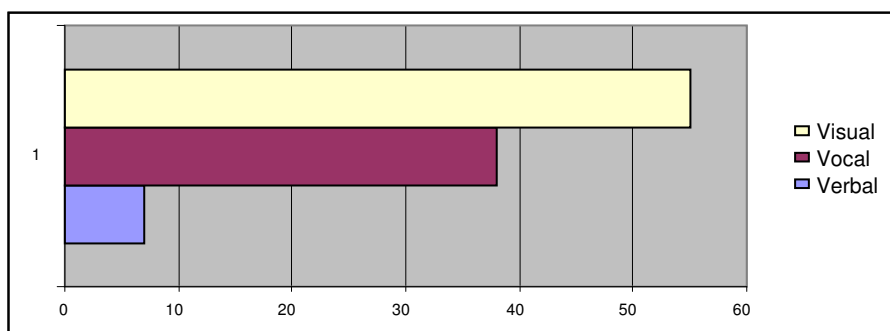
Um sectograma é um instrumento eficaz para visualizar percentagens. A totalidade do círculo equivale a 100% e cada sector representa a percentagem atribuída ao elemento em questão.

Exemplo: estes dados representam as conclusões de Albert Mehrabian, incluídas no seu artigo de 1967 intitulado "Decoding of Inconsistent Communication".





Os mesmos dados apresentados num gráfico de barras não mostrariam tão eficazmente que os elementos apresentados totalizam 100%. Senão vejamos:



Passemos agora a sintetizar a utilização dos vários tipos de gráficos:



- O gráfico de barras constitui um instrumento adequado à comparação de dados ao longo do tempo e à determinação de tendências;
- Tanto o gráfico de barras como o gráfico de áreas permitem visualizar rapidamente a comparação de dados;
- Nos gráficos de barras simples e nos gráficos lineares os dados não se acumulam, apenas representam duas variáveis lado a lado, permitindo uma comparação rápida.



A precisão de dados é essencial à exposição. O modo como se apresentam, tanto verbal como visualmente, determina a eficácia da mensagem.



Outros suportes visuais

Objectos

A utilização de objectos numa exposição pode ajudar a esclarecer ou a realçar os seus argumentos. Poderá usar um objecto real ou algo que represente o conceito.

O orador

Por vezes o próprio orador pode ter a função de meio visual.

Fotografias e cartazes

Uma fotografia ampliada pode ser eficaz para ajudar os presentes a visualizar o que se está a descrever.

Diapositivos

As projecções de diapositivos, se forem bem preparadas, são fáceis de interpretar e têm um agradável efeito visual.

Vídeos

Complementar a exposição com um vídeo bem escolhido e cuidadosamente montado pode funcionar muito bem! Os inconvenientes são os problemas técnicos que podem surgir. Prepare uma alternativa caso isso aconteça.

Quadro de Papel (Flipchart)

Há várias vantagens na utilização deste recurso. Algumas são que se pode preparar as folhas com antecedência, mover o quadro para outro lado da sala, rasgar as folhas e expô-las na parede, recuperar informação dita atrás...

Este quadro também pode ser interactivo. Os presentes ou o orador podem registar observações vindas da assistência. Os marcadores deverão ser grossos e ter cores bem visíveis.

Contudo, este quadro não deverá ser utilizado numa sala grande ou com uma assistência superior a 50 pessoas.

Grafismos gerados em computador

O Powerpoint é uma ferramenta muito utilizada nestas situações. Lembre-se é que os recursos visuais pretendem ser "visuais"! Não caia na tentação de transpor o seu plano para um meio visual. Sempre que hesitar entre uma imagem e uma palavra, escolha a imagem!

Se algo correr mal com o equipamento, não perca mais de 5 minutos a tentar remediar a situação. Adopte o seu plano alternativo. Uma exposição imperfeita é melhor que um atraso de 30 minutos.



Preparação dos recursos visuais

Qualquer meio visual deve reforçar a apresentação e não desviar a atenção da assistência.

Por conseguinte, o orador precisa de ter a certeza de que tudo está bem e funciona correctamente.

Como tal, prepare os seus recursos atempadamente. Certifique-se de que não há gralhas e que todos obtêm o efeito pretendido.

Certifique-se de que os meios visuais são isso mesmo - visuais

Não encha um diapositivo com texto. Utilize imagens, gráficos, desenhos, tendo as palavras apenas a função de complementar a parte visual, e não de a dominar.

Prefira a simplicidade

Coloque apenas um gráfico por diapositivo, utilize apenas um único tipo de letra (pode variar o tamanho). Utilize caracteres grandes. O corpo mínimo a utilizar em diapositivos deve ser de 24. Um corpo maior ainda será melhor. Se um recurso visual não for necessário, não o utilize. Utilize cor para lhe dar vida.

Durante a apresentação não leia. A sua função é falar em público e não ler em público! Dirija-se à assistência e não ao meio visual. Os seus olhos devem estar virados para os presentes.

Tenha em atenção o tempo de exibição de cada imagem. Em regra, exiba um diapositivo durante, pelo menos 30 segundos, para que os presentes tenham tempo de o ver e de o compreender. Na maior parte dos casos, não deverá exibir uma imagem ou objecto mais de 2 minutos.

Desligue o projector se não precisar de usar um diapositivo durante um minuto ou mais.

Não ofenda os olhos dos participantes deixando um projector ligado sem qualquer imagem projectada.

Tenha o cuidado de deixar livre o campo de visão.

Tenha cópias suplementares. Para além de funcionarem como um plano B, evitam que olhe para o projector, podendo, assim, virar-se para a assistência. Pense sempre antes de fazer passar informação pela assistência.



As Introduções

É no início e no final da exposição que se dispõe de mais poder para impressionar a assistência.

No início, a assistência está fresca e, na sua maior parte, receptiva à mensagem. A maior parte das audiências prefere que o orador se apresente confiante e firmemente. A opinião relativamente à credibilidade do orador ocorre nos primeiros três minutos da exposição. Consequentemente a introdução é crucial para o sucesso da comunicação. Assim sendo, o início da exposição deve obedecer aos seguintes critérios:

Objectivos da Introdução

➤ Ser relevante para o assunto a abordar

A introdução deve relacionar-se com a mensagem em teor, tom e estilo. Uma história interessante que prende a atenção e tem um impacto considerável não é um bom meio de captar a atenção se não tiver relevância para o conteúdo do discurso. Escolha algo que apoie, ilumine ou ilustre a mensagem.

➤ Criar uma relação positiva

Estabeleça uma relação positiva com a assistência, dizendo-lhes “Estamos juntos no mesmo barco”.

Pode construir uma relação positiva se:

- Escolher palavras fortes, mas não ofensivas;
- Utilizar um tom de voz apropriado;
- Utilizar o discurso do “Nós”;
- Disser à assistência que respeita as suas opiniões, apesar de não coincidirem com as suas.

➤ Conseguir a adesão da assistência

A introdução deve apresentar à assistência a mensagem e permitir que cada pessoa pense no modo como a exposição lhe diz respeito pessoalmente. Os presentes colocarão a seguinte questão: “Que tenho a ganhar com isso?” Perguntar-se-ão se merecerá o esforço de o ouvir.

Uma boa introdução será aquela que diz “Têm tudo a ganhar!”



➤ Captar a atenção

É importante “ganhar” imediatamente a assistência. Pense cuidadosamente nas primeiras palavras que dirá, para que os ouvintes “arrebitem as orelhas” e ouçam o que vem a seguir.

Não terá outra oportunidade de causar uma boa impressão, por isso, faça tudo ao seu alcance para que o discurso saia bem logo de início. Se os ouvintes não se sentirem interessados desde logo, é muito difícil que passem a estar no meio da exposição.

Técnicas para captar a atenção

➤ Conte um episódio ou uma história breve

Utilize uma boa história como forma de ilustrar o seu argumento. Um episódio contado pode dar cor à mensagem e torná-la “real” para os seus ouvintes. Se tem várias histórias que gostaria de contar, talvez seja uma boa ideia escolher a melhor como introdução.

Atenção: mesmo que seja um grande contador de histórias não utilize linguagem obscena, nem conte uma história de mau gosto. É impossível recuperar a imagem depois destes erros.

➤ Estabeleça uma base comum

O facto de o público não sentir qualquer empatia pode prejudicar a credibilidade.

Sincronize-se com a plateia, partilhe experiências semelhantes, vestindo a “mesma pele”.

➤ Aluda a um orador anterior

Esta técnica resulta devido à oportunidade e à relevância. Faz a assistência perceber que prestou atenção à mesma coisa que eles (e se não prestaram atenção, ficam a saber que perderam algo que considerou importante). Conseguirá, assim, relacionar a exposição com o tema do dia. Citar mal o orador anterior ou não pronunciar bem o seu nome pode arrefecer a assistência.

➤ Coloque uma questão

Uma boa questão colocada durante a introdução, além de contribuir para captar a atenção dos elementos da assistência, pode também centrá-los no seu tema e levá-los a identificarem-se com ele. Geralmente esta questão é retórica, isto é, não se espera que alguém lhe responda em voz alta. Se quiser obter uma resposta, explicita-o. Se tiver uma assistência reduzida (30 ou menos), pode pedir a participação dos ouvintes. Se o grupo for maior, pode fazer votações de mão no ar.



➤ **Faça uma afirmação bombástica**

Uma referência estatística alarmante pode servir este propósito!

➤ **Utilize o humor**

Iniciar a exposição com uma gargalhada pode ajudar a estabelecer uma relação amigável com a assistência. Geralmente, quanto mais original for o humor, melhor.

Assegure-se que o humor utilizado é adequado ao tema em questão. Por exemplo, não inicie um discurso sobre cancro da mama com uma anedota!

A utilização de uma anedota corrente pode constituir algum perigo: a assistência pode conhecê-la...é muito difícil recuperar da sensação desagradável provocada por ver a assistência fingir que achou graça à história. Se a tentativa falhar, prossiga rapidamente.

Explicar ou insistir numa má anedota apenas piorará as coisas. O pedido de desculpas só resulta se for rápido, simples e directo.

➤ **Utilize uma definição**

Escolha uma palavra que permita a visualização do tom que quer imprimir à exposição. Se citar um dicionário específico, refira-o.

➤ **Forneça uma referência histórica**

A referência a um acontecimento relacionado com o tema faz a assistência aderir ao discurso. Algumas apresentações iniciam-se com um acontecimento histórico ocorrido nesse dia ou nessa semana. Todos os dias são efeméride de algo. Procure-as e faça alusão a elas.

Também pode seleccionar acontecimentos históricos que se relacionem com o tema, independentemente do dia exacto da sua ocorrência.

➤ **Utilize um adereço ou um artifício**

As introduções que recorrem ao inesperado conseguem captar a atenção. Mas cuidado: captar a atenção dos ouvintes fazendo coisas perigosas e ilegais (como por exemplo queimar dinheiro) não.

➤ **Recorra a uma citação**

Uma citação que faça pensar constitui uma excelente introdução ao seu discurso. As pessoas gostam de saber o que têm a dizer os famosos e os poderosos. Pode ir “à boleia” da credibilidade da pessoa que cita se construir a introdução em torno das palavras de uma fonte respeitada.

Quando utilizar uma citação, escolha uma que seja curta e concisa. Condense a citação realçando o “núcleo” daquilo que pretende exprimir, permanecendo fiel à mensagem original.



As Conclusões

Como referimos atrás, as alturas em que se consegue ter impacto sobre a assistência é o início e o final da exposição.

A conclusão é, geralmente, a última coisa que a assistência ouve, vinda de si. Uma vez que as pessoas tendem a recordar as últimas palavras ouvidas, certifique-se de que conclui cuidadosa e enfaticamente.

Objectivos da Conclusão

➤ Fornecer um encerramento

Uma conclusão que se arraste pode diminuir os aspectos positivos do desenvolvimento do discurso. Assegure-se de que referiu todos os pontos que pretendia abordar e, depois, conclua com convicção.

Uma boa conclusão garante que a assistência percebe que terminou o seu tempo formal de exposição. Quando tiver chegado ao final da conclusão, pare!

➤ Ajudar a assistência a recordar

A conclusão fornece-lhe uma última oportunidade de insistir nos seus argumentos. É esta a altura de recordar à assistência aquilo que é importante. Pode repetir os argumentos de uma forma diferente, para os tornar mais reais.

➤ Incentivar a assistência a agir

Em todo o discurso persuasivo, o objectivo é levar a assistência a agir, pensar ou sentir algo.

Técnicas de Conclusão

➤ Resuma os seus argumentos

A maior parte dos oradores procedem a um breve resumo numa qualquer altura do discurso, seja ela a conclusão ou a transição do último aspecto para a conclusão. Por vezes, o resumo pode consistir apenas na repetição dos pontos principais.

➤ Lembre os presentes de que é importante para eles

Neste final, será bom relacionar os argumentos que avançou com a situação da assistência.

Na secção anterior, um dos objectivos apontados à Introdução foi a adesão da assistência. Este tipo de conclusão responde de novo à questão “Que tenho eu a ganhar com isto?” e cativa emocionalmente os presentes.



➤ **Peça à assistência que tenha acção**

Esta conclusão desafia os presentes a agir. Pode pedir-lhes que votem no seu candidato, que escolham a sua proposta, que reciclem ou até que telefonem à mãe! Num discurso persuasivo, seria errar o alvo gastar tempo precioso a convencer a assistência de todas as boas razões para fazer algo – e negligenciar o pedido para o fazerem.

➤ **Faça referência à introdução**

Este método de conclusão torna a exposição circular. A introdução e a conclusão encontram-se na memória dos ouvintes.

➤ **Responda à questão que colocou na introdução**

Isto confere unidade ao discurso.

➤ **Utilize uma citação ou um poema**

Uma citação ou um poema bem escolhidos podem deixar a assistência a pensar. Assegure-se de que escolhe algo relevante para o tema, que produza efeito nos ouvintes.

➤ **Visualize o futuro**

Quando a exposição envolver referências ao futuro, transporte a assistência até lá, permitindo que esta veja o que a espera.

Seja prudente ao visualizar um futuro negativo. Este pode ser um final extremamente eficaz, mas também pode revelar-se um erro tremendo, deprimindo a assistência e apagando a mensagem e a relação positivas que estabeleceu com os presentes ao longo do discurso.



Os Planos Gerais

Agora que já reuniu e organizou as ideias para o discurso, está na altura de ordenar a lista numa série de linhas gerais. Mesmo que tenha a tentação de saltar este passo e trabalhar a partir da organização por categorias não o faça! A existência dum plano geral é essencial ao êxito da exposição.

Pense no plano como um mapa de estradas. Não se pode dar ao luxo de vaguear. A assistência deixará de lhe prestar atenção...tem que se deslocar eficaz, eficiente e logicamente do ponto A para o ponto B. O plano geral ajuda-o a consegui-lo.

O plano geral também pode constituir um bom incentivo psicológico. Ver os principais pontos organizados segundo a ordem precisa que lhes conferiu pode fazê-lo sentir-se mais à vontade e mais confiante.



De facto, podemos referir que o plano geral é um auxiliar fundamental para os oradores, uma vez que resume e condensa o que se pretende atingir e desenvolver durante a apresentação.

A sua importância está no facto de, sem ele, haver uma grande probabilidade de esquecimentos, confusões ou má gestão do tempo. Ele funciona como uma bússola e mapa de orientação, que permite reformulações sempre que o grupo apresente ritmos ou estilos diferentes daqueles que antecipadamente se previram, sem deixar de ser coerente com os objectivos traçados.



4.5 - Auto-avaliação

Nas opções de resposta apresentadas em cada uma das perguntas seguintes, assinale aquela que lhe parece a mais correcta.

1. Os padrões de organização da informação são:

- ☐ 4;
- ☐ 5;
- ☐ 6.

2. O orador pode (e deve) utilizar recursos visuais:

- ☐ Sempre;
- ☐ Sempre que se justifique;
- ☐ Só perante grandes audiências.

3. Que tipos de suportes visuais transmitiriam melhor a seguinte mensagem:

“Nova Iorque tem mais arranha-céus do que qualquer outra cidade do mundo. Nova Iorque possui 131, Chicago 47, Hong Kong 30, Houston 27 e Los Angeles 21.” (Fonte: “The Top Ten of Everything”, de Russell Ash)

- ☐ Uma tabela ou um gráfico de barras;
- ☐ Uma tabela ou um gráfico linear;
- ☐ Uma tabela ou um gráfico de barras acumuladas.

4. Para visualizar percentagens, o recurso a utilizar deverá ser:

- ☐ Um gráfico de barras;
- ☐ Uma tabela;
- ☐ Um sectorograma.

5. O Flipchart:

- ☐ É um recurso audiovisual;
- ☐ É um recurso visual não projectável;
- ☐ É um recurso visual projectável.

6. A Introdução:

- ☐ Só serve para o orador se apresentar, podendo passar de imediato ao desenvolvimento do tema;
- ☐ É um momento crucial para o sucesso da comunicação, como tal, o orador deve prepará-la com muito cuidado;
- ☐ Serve para o orador contar uma história ainda que tenha ou não a ver com o teor da mensagem a transmitir.



7. A Conclusão tem como objectivo:

- ☐ O pedido de desculpas por parte do orador, pelo tempo que tomou aos presentes;
- ☐ A partilha dos contactos entre todos, de modo a combinar-se um jantar no futuro;
- ☐ Ajudar a assistência a recordar o que foi abordado e incentivá-la a agir.

8. Os Planos Gerais:

- ☐ Funcionam como um guia para o orador, já que resumem e condensam o que se pretende atingir;
- ☐ São desnecessários. Se algo correr mal, improvisa-se;
- ☐ Só deverão ser utilizados por pessoas esquecidas.