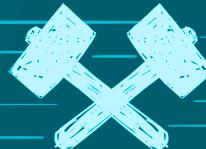




# Mestre das APRESENTAÇÕES



DES  
COLA

Todo o conteúdo desse Ebook foi  
desenvolvido pela Descola em parceria  
com seus professores. Os direitos de uso e  
reprodução são exclusivos da **Descola.org**

# Índice

**01** As habilidades de um mestre 4

**02** Visual Thinking 6

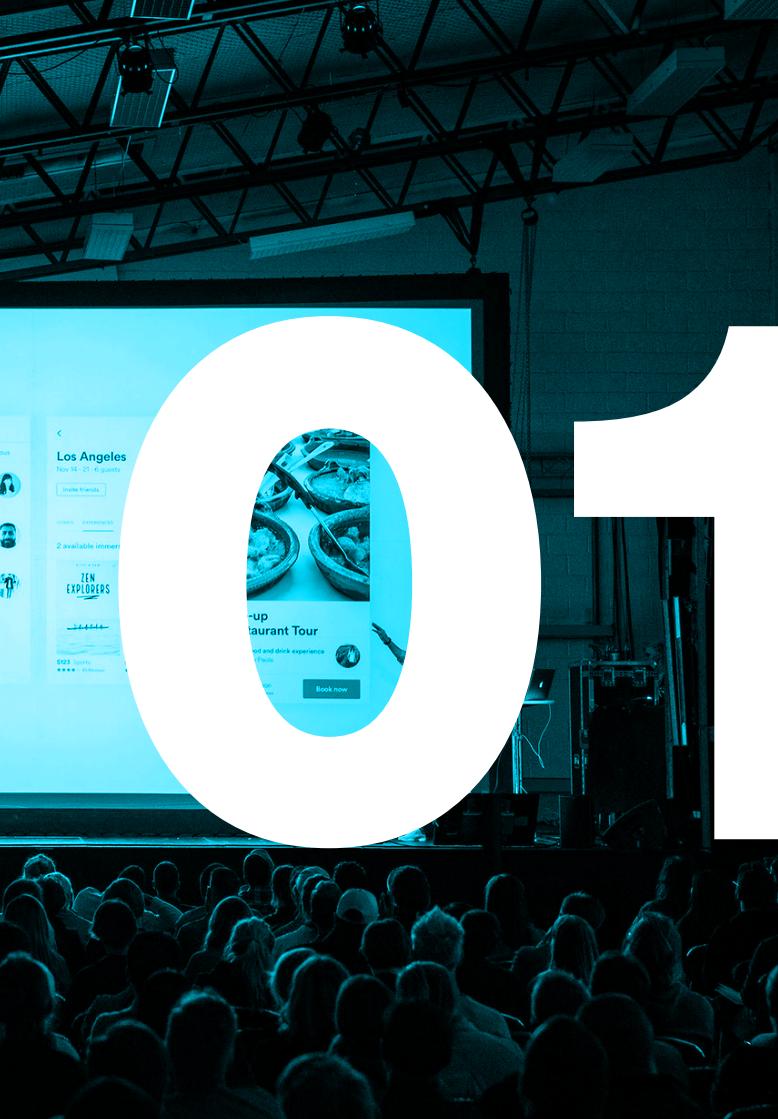
**03** Arquitetura de conteúdo 16

**04** A teoria de Guy Kawasaki 24

**05** Como falar bem em público 28

**06** O Storytelling e a sua narrativa 39

**07** Das ideias à ação 48



**As  
habilidades  
de um  
mestre**

Estamos sempre comunicando mensagens, ideias e histórias, afinal, é parte da natureza humana comunicar. Vivemos para comunicar, mas, ainda assim, quando nos vemos diante do desafio de apresentar nossas ideias dentro de um contexto mais conceitual, muitos de nós simplesmente trava.

## **Uma apresentação impactante e eficaz vai muito além de um PowerPoint.**

É fácil jogar várias informações em um slide ou sair falando por aí, mas a verdadeira comunicação depende de diferentes fatores que conversam entre si construindo a linguagem ideal para a mensagem que queremos passar.

Independentemente do ambiente do qual estamos falando, para que sua ideia alcance as pessoas e se conecte com elas, você vai precisar desenvolver algumas habilidades essenciais para uma apresentação impactante.

E estas são as 4 habilidades de um mestre das apresentações.

Pensando nisso, trouxemos aqui uma compilação dos conteúdos para inspirar os seus primeiros passos.

Até o fim deste ebook você vai ter aprendido mais sobre diversos assuntos presentes em nossos cursos. Primeiramente você vai saber mais sobre Visual Thinking, que é a maneira de extrair seus pensamentos em formatos visuais. Depois você vai aprender a organizar todas essas informações usando a Arquitetura de Conteúdo. O passo seguinte é contar toda essa história, na qual você vai usar recursos de Storytelling e Oratória. Além de tudo ainda vamos te mostrar uma ferramenta que um dos principais nomes do empreendedorismo e conselheiro da Apple utiliza em suas apresentações.

Aprendendo a construir seu conteúdo e a enriquecer sua oratória elaborando uma narrativa emocionante, não tem quem te segura. E é para isso que estamos aqui.

## **Vamos nessa?**

A close-up photograph of a person's face and hands. They are wearing a light-colored protective mask and a dark apron. Their hands are positioned on a piece of light-colored wood, which is being planed with a hand plane. The background is blurred, showing more of the workshop environment.

O que é  
*Visual*  
***Thinking?***

A primeira habilidade de um mestre é o pensamento visual. Mas quando o assunto é pensamento visual, todo mundo começa a falar de Visual Thinking.

## Afinal, o que é Visual Thinking?

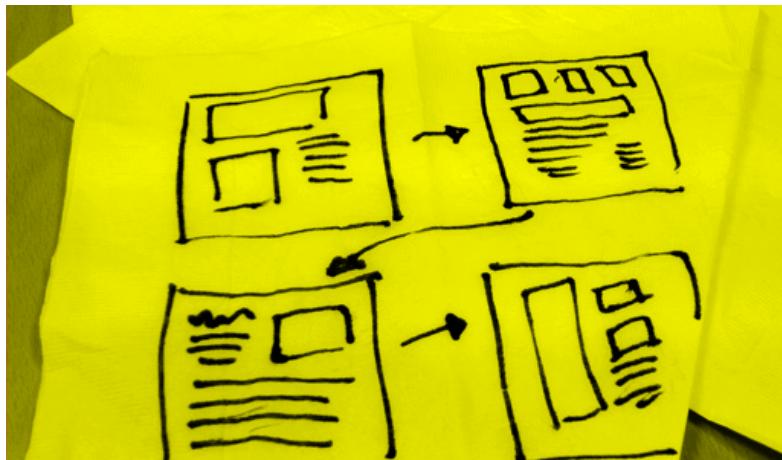
**É uma maneira inteiramente nova de olhar, entender e discutir ideias, muito utilizada quando falamos de ideias e projetos pessoais ou de negócios.**

Essa técnica nos faz dominar e aplicar nossas habilidades inatas de observação e imaginação para descobrir, estruturar, desenvolver e compartilhar ideias com outras pessoas.

Elá é baseada no princípio de facilitar o entendimento através de desenhos simples, que criam uma imagem do todo e de cada uma das partes que o compõe na mente das pessoas, tornando a explicação de pontos complexos uma tarefa mais simples e divertida.

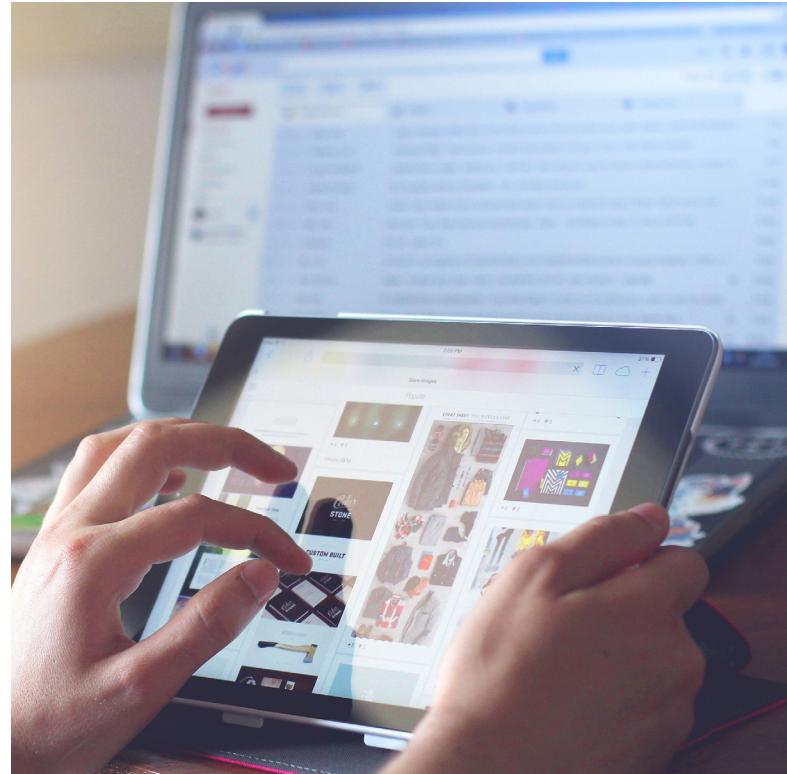
Isso explica porque, às vezes, um simples desenho feito em um guardanapo pode ser mais efetivo para solucionar uma questão de negócios do que fazer uma planilha no Excel ou uma apresentação no PowerPoint.

Se você não sabe desenhar, não se preocupe, você poderá aplicar a técnica sem problemas. Não é preciso ter algum talento ou habilidade artística para pensar visualmente.



O Visual Thinking **parte de uma grande premissa:**

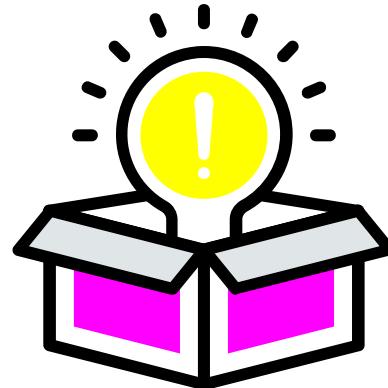
No fundo, todos nós temos a capacidade de pensar e de nos comunicar visualmente.



## BENEFÍCIOS DO PENSAMENTO VISUAL

Separamos para vocês alguns benefícios que o pensamento visual pode gerar no dia a dia do trabalho ou até mesmo na vida pessoal das pessoas.

- **Clarear ideias e pensamentos**
- **Organizar e comunicar ideias**
- **Visualizar conexões e relações**
- **Instrumentalizar uma construção coletiva**
- **Facilitar um processo de geração de ideias (brainstorming)**
- **Estimular a criatividade, a comunicação e a aprendizagem**



- **Abrir um canal de expansão do pensamento → Quando enxergo o pensamento no formato visual, novas possibilidades são abertas e muitos insights e inspirações acontecem**
- **Sair do pensamento linear**
- **Recordar/repirar facilmente ideias e pensamentos via acesso aos desenhos e esquemas**

## POR QUE VISUAL THINKING É IMPORTANTE?

Estamos em uma era em que temos mais informações do que nunca ao alcance de nossos dedos.

### Vivemos em tempos de sobrecarga de conteúdo.

E qual o efeito negativo disso em nossas vidas?

Para começar, passamos a sofrer “apagões” em certas situações.

São tantas ideias e tantas possibilidades que travamos ao tentar executar certas tarefas, principalmente na hora de criar novas ideias e projetos. Às vezes até temos as ideias em mente, mas não sabemos como estruturá-las e comunicá-las de forma a vender a ideia de forma objetiva, clara e acertada.

Pensando nisso, desenvolver competências de pensamento visual é essencial para ser mais efetivo no desenvolvimento de novas ideias e, também, na hora de comunicá-las, além de crescer as chances de tirá-las do papel.



## Então, como começar?

Devemos entender que o Visual Thinking é um processo completo e que ele não é sobre saber desenhar melhor, mas sim ver melhor. É por isso que o processo é tão valioso: ele coloca na linha de frente uma habilidade que já é parte de nossa natureza: **OLHAR.**

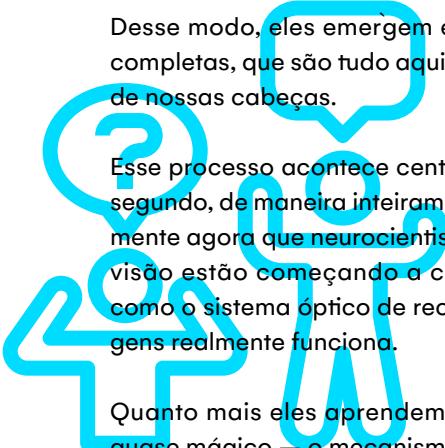
Por essa perspectiva, o melhor jeito de começar a pensar visualmente é conhecer melhor como funciona nosso sistema interno de visão, ou seja, como ele é, consequentemente, nós vemos o mundo.



## Decifrando sinais

A cada segundo que passamos com os olhos abertos, milhões de sinais visuais entram em nossa cabeça via fótons de luz. Estes, então, são convertidos em impulsos elétricos por nossas retinas e passam por nosso nervo óptico, para finalmente chegar às várias partes de nossos cérebros onde os sinais são analisados, filtrados, comparados, conectados, categorizados e recombinados.

Desse modo, eles emergem em forma de imagens completas, que são tudo aquilo que “vemos” dentro de nossas cabeças.

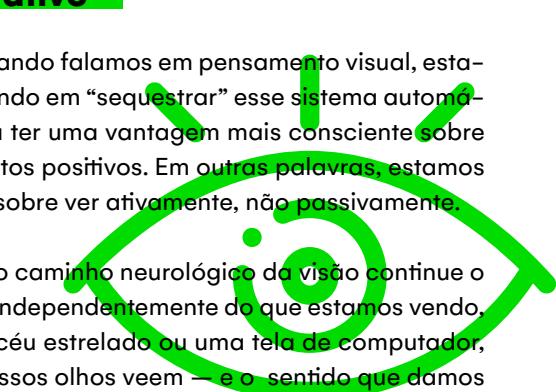


Esse processo acontece centenas de vezes a cada segundo, de maneira inteiramente inconsciente. Sómente agora que neurocientistas e especialistas da visão estão começando a compreender, de fato, como o sistema óptico de reconhecimento de imagens realmente funciona.

Quanto mais eles aprendem, mais fantástico — e quase mágico — o mecanismo da visão parece ser.

No entanto, por mais incrível e automático que ele pareça, ele é justamente o único sistema envolvido no processo de Visual Thinking.

## Olhar ativo



Logo, quando falamos em pensamento visual, estamos falando em “sequestrar” esse sistema automático para ter uma vantagem mais consciente sobre seus pontos positivos. Em outras palavras, estamos falando sobre ver ativamente, não passivamente.

Embora o caminho neurológico da visão continue o mesmo, independentemente do que estamos vendo, seja um céu estrelado ou uma tela de computador, o que nossos olhos veem — e o sentido que damos a isso — depende, na verdade, do problema visual que estamos tentando resolver no momento.

## Na prática

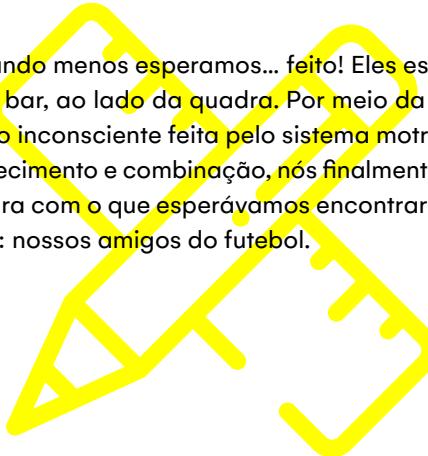
Imagine que iremos encontrar alguns amigos para jogar futebol.

Qual a primeira coisa que olhamos quando entramos na quadra? A espessura da rede ou da trave? A altura da grama? Nem uma, nem outra.

A primeira coisa que observamos é onde estamos. Nossos olhos primeiramente “escaneiam” a dimensão da quadra e seus limites espaciais. Antes de nos darmos conta, nosso sistema automático de percepção visual já estabeleceu nossa orientação e posição.

Uma vez que nosso sistema já fez esse trabalho, passamos a buscar efetivamente nossos amigos. Nossos olhos passam a buscar sinais, um rosto familiar ou algum movimento que simbolize algo.

E quando menos esperamos... feito! Eles estão perto do bar, ao lado da quadra. Por meio da identificação inconsciente feita pelo sistema motriz de reconhecimento e combinação, nós finalmente damos de cara com o que esperávamos encontrar desde o início: nossos amigos do futebol.



## OK, MAS POR QUE VOCÊS ME CONTARAM TUDO ISSO?

A gente te contou essa história toda para ilustrar de forma clara quatro passos que são intuitivos, mas essenciais para que tenhamos domínio visual de qualquer situação em que desejamos aplicar as técnicas de Visual Thinking.

**Essas 4 etapas são:**

OLHAR

VER

IMAGINAR

COMUNICAR

Ao elucidá-las, poderemos contar histórias, resolver problemas e ter ideias com mais facilidade, como veremos nos próximos capítulos.

Aqueles que deixam tudo para última hora, podem começar a criar o hábito de rascunhar. Isso mesmo: rascunhar. É o exercício perfeito para exercitar o lado criativo dos nossos cérebros.

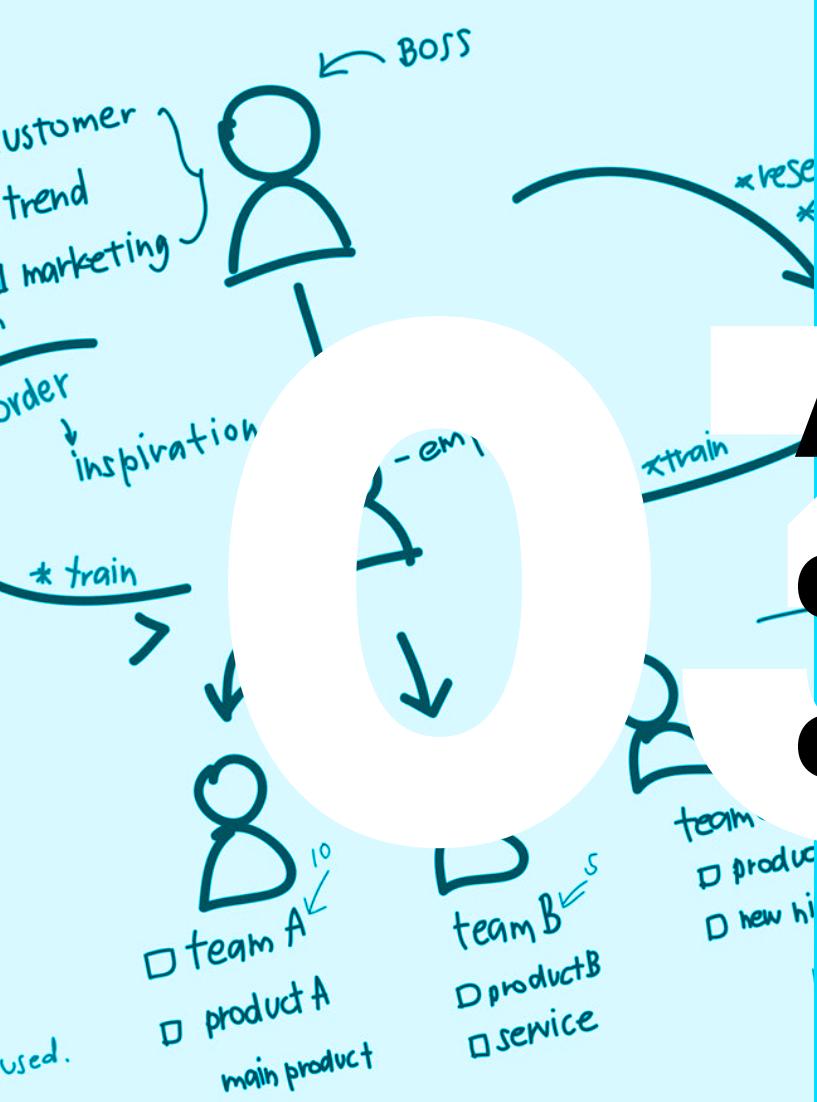
O hábito de criar agendas semanais criativas também pode ser um bom começo. Uma dica: faça no papel e utilize canetinhas coloridas. Vocês vão se surpreender como criamos uma conexão emocional com o desenho a mão livre. E essa conexão emocional facilita muito a memorização e o resgate rápido da informação.



O processo é tão divertido quanto rápido. Uma vez que você aprende o básico para deixar suas ideias e pensamentos registrados em formato não linear, você naturalmente vai exercitando, rabiscando e criando seus próprios mapas.

*Qualquer pedaço de papel pode virar um **instrumento poderoso de organização do tempo** e o melhor, em qualquer lugar e qualquer pessoa pode criar.*

# Arquitetura de conteúdo



Saber como expressar suas ideias de maneira visual é apenas o começo. A segunda habilidade de um mestre das apresentações é saber exatamente como organizar este conteúdo de forma que ele transmita a mensagem correta. E é aí que entra a arquitetura de conteúdo.

**66** *A arte e ciência de organizar informações de forma que sejam fáceis de encontrar, gerir e utilizar. É uma disciplina desenvolvida em torno do usuário e a facilidade de uso é o aspecto mais importante da interação com as informações.*

**Christina Wotke entrevista**  
**Samantha Bailey — Unraveling the**  
*mysteries of metadata and taxonomies. Boxes and Arrows.*

O termo “arquitetura de conteúdo”, ou “arquitetura da informação” surgiu em 1976, criado pelo arquiteto e designer gráfico Richard Saul Wurman — criador do TED, evento global com apresentações que, como o próprio slogan do evento diz, trazem “ideias que valem a pena ser compartilhadas”.

Wurman cunhou o termo como reação a uma sociedade que diariamente cria enormes quantidades de informação, mas com pouco cuidado ou ordem. Com base no tema, ele escreveu o livro “Ansiedade da Informação”.

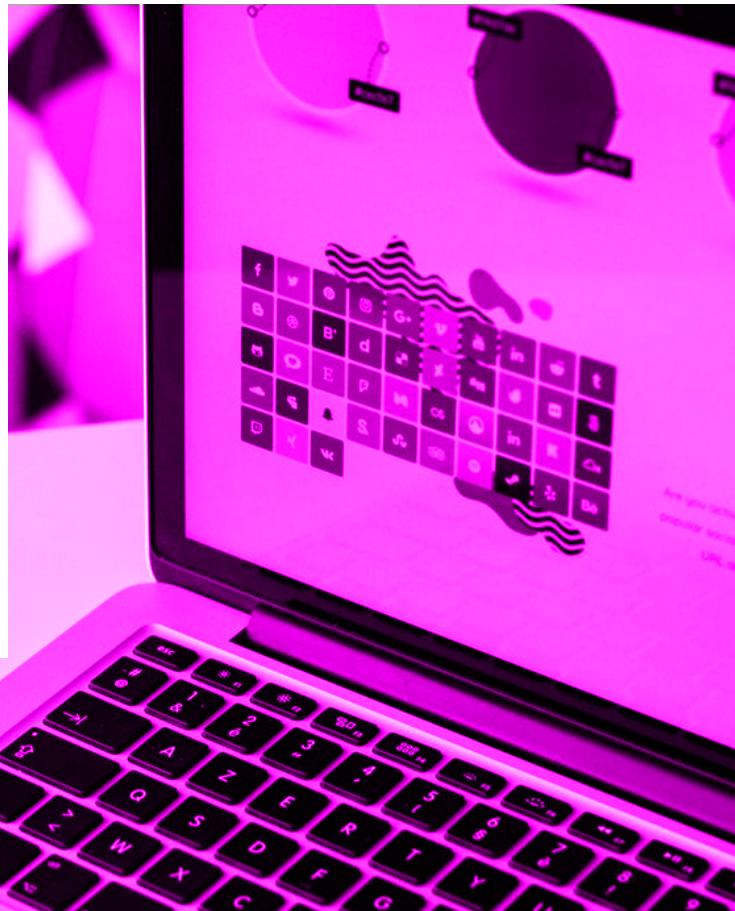


Em outras palavras, a arquitetura de conteúdo é isso: organizar informações para oferecer ao seu público uma experiência saborosa.

Inicialmente mais usada para o design impresso — mapas, guias e atlas —, a arquitetura de conteúdo teve seu uso estendido para outras áreas do design e, hoje, é quase sempre associada ao web design e à usabilidade do usuário em sites e aplicativos.

Neste contexto, ela serve para facilitar o acesso aos conteúdos de um site, de modo que a navegação seja intuitiva e o usuário saiba naturalmente aonde ir para encontrar o que procura.

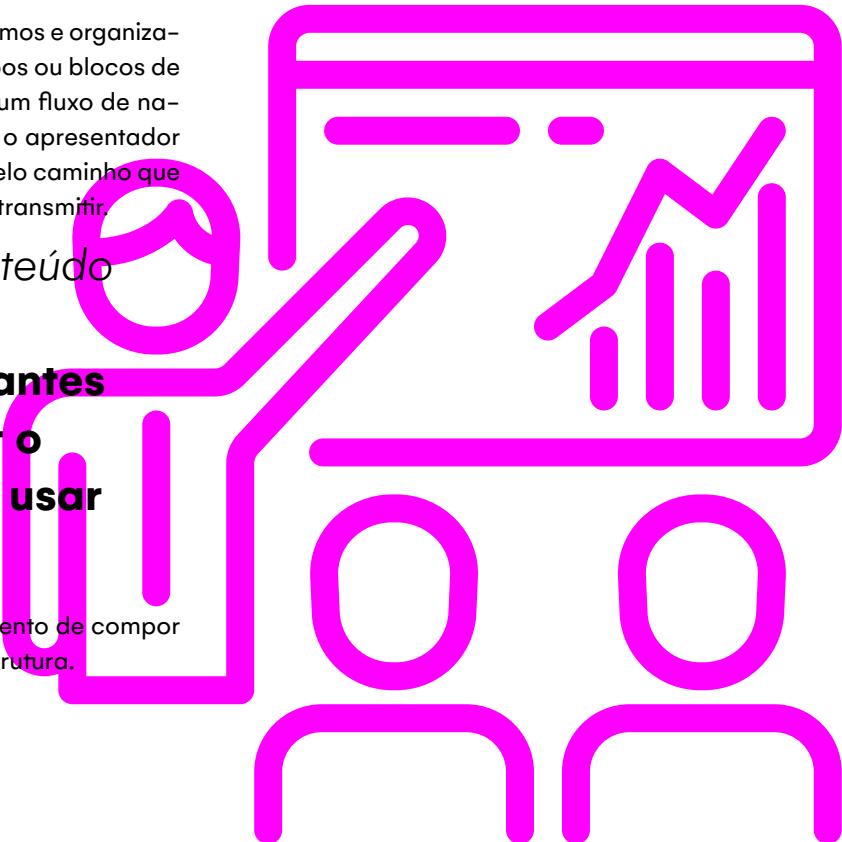
Quando pensamos arquitetura dentro do universo das apresentações, o princípio é muito parecido: ela serve para facilitar a compreensão e promover uma navegação intuitiva para que o público saiba exatamente onde olhar.



No processo de arquitetura, sintetizamos e organizamos a informação, separamos em grupos ou blocos de leitura, criamos hierarquia e geramos um fluxo de navegação para o olhar. Dessa maneira, o apresentador ganha o poder de conduzir o público pelo caminho que traçou e valoriza a história que deseja transmitir.

*A arquitetura de conteúdo  
é um processo que  
começa e termina antes  
mesmo de escolher o  
visual que você vai usar  
na apresentação.*

A fase que veremos agora é o momento de compor o esqueleto do slide e montar a sua estrutura.



## OS 4 FUNDAMENTOS DO DESIGN

A sua missão é orientar o olhar de sua audiência e organizar seu conteúdo. E a boa notícia é que você pode fazer isso utilizando a arquitetura de conteúdo combinada aos 4 fundamentos do design. Com isso, você será capaz de valorizar mensagens chave, criar hierarquia na informação e reforçar sua ideia de maneira mais eficaz.

### 1. Contraste

{ destacar, chamar a atenção, reforçar um elemento }

O contraste serve para chamar a atenção do público para o que importa. Ele torna seu slide mais atrativo visualmente e traz hierarquia organizacional entre os diferentes elementos.

A regra principal do contraste é “não seja tímido”. Se você coloca pouco contraste entre duas ou mais informações, pode parecer um erro e gerar um conflito. Da mesma forma, também não adianta nada criar contraste em tudo. Afinal, se tudo chama a atenção, nada realmente chama a atenção.

**Veja o exemplo na imagem.**



O ideal é diferenciar os elementos de maneira proposital para que qualquer um seja capaz de identificar a diferença. Você pode criar contraste através das cores, do tamanho, da espessura, além de poder variar fontes ou formatos diferentes.

## 2. Proximidade { juntar informações parecidas entre si e separar as que não tem relação }

Elementos que têm algo em comum devem estar juntos no layout. Se os elementos de um slide estiverem mais organizados, eles vão tornar a sua leitura mais clara e fácil de entender.

Observe a imagem de referência.



Aproxime informações que pertencem ao mesmo assunto, mas sem amontoar e causar poluição visual. Busque uma harmonia maior criando espaços

vazios entre os blocos de texto e reorganizando as informações.

**Evite coisas como:**

- **Colocar itens somente nos cantos e no meio da página.** Quanto menos seus olhos tiverem que viajar, melhor.
- **Deixar quantidades iguais de espaços em branco entre os elementos.** A não ser que cada conjunto seja parte de um subgrupo.
- **Relacionar elementos que não devam estar agrupados.** Separe-os e relate apenas os elementos que têm conexão entre si.

### 3. Alinhamento

{ organizar, padronizar os slides e criar um fluxo a ser seguido pelo olhar do público }

Uma linha imaginária que conduz o olhar do público por um caminho que você criou. Esse é o papel do alinhamento, que deve ser consistente do início ao fim da apresentação.

Por causa disso, é bom repetir o mesmo tipo de alinhamento em todos os slides que a informação for semelhante. Isso ajuda a facilitar a leitura, pois o público entenderá que aquela informação vai sempre estar distribuída nos mesmos espaços.

Evite usar mais de um alinhamento de texto por página. Por exemplo: não centralize um texto e alinhe o outro à direita/esquerda.

**Veja a imagem de exemplo.**



### 4. Repetição

{ criar unidade visual }

A repetição de padrões ajuda a criar unidade visual para sua apresentação. A boa repetição garante que o público entenda que você ainda está falando do mesmo assunto.

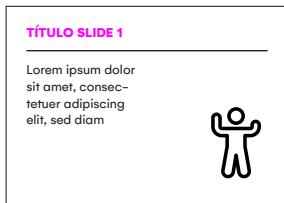
Em uma apresentação, a repetição pode ser fundamental para deixar claro que os slides fazem parte de uma mesma apresentação. Mas repetir não significa deixar tudo igual. Para evitar que sua apresentação fique monótona, é interessante manter padrões de tamanhos, estilos, mas variar a disposição dos elementos no slide de acordo com o assunto.

Seja dinâmico.

As capas de capítulo, por exemplo, podem ter um padrão bem diferente dos slides internos dos capítulos. Criar essas quebras ajuda a trazer movimento e chamar a atenção para momentos importantes da apresentação.

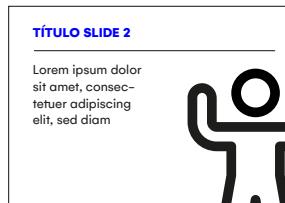
A repetição pode ser aplicada na forma de plano de fundo, pode ser inserida através de uma marca, na utilização de uma fonte específica, formas ou nos padrões de cores e imagens.

Evite repetir demais. Se fizer tudo exatamente igual, sua apresentação pode ficar chata e sem movimento.



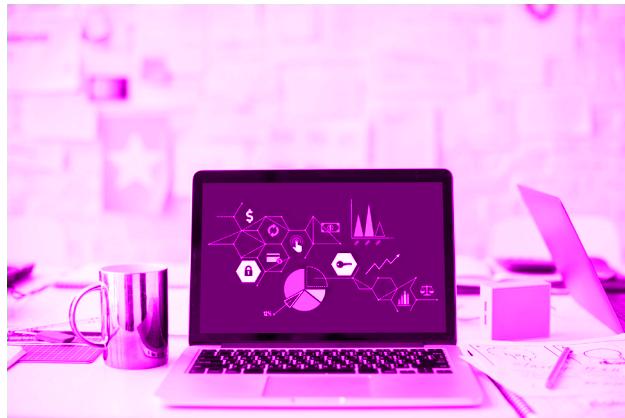
TÍTULO SLIDE 1

Lorem ipsum dolor  
sit amet, consec-  
tetur adipiscing  
elit, sed diam



TÍTULO SLIDE 2

Lorem ipsum dolor  
sit amet, consec-  
tetur adipiscing  
elit, sed diam



Nada como a arquitetura de conteúdo para fazer com que tudo se encaixe no lugar certo e faça sentido, não é mesmo? Sem toda essa complexidade desnecessária, suas ideias poderão ser compreendidas com maior facilidade, aumentando os resultados do impacto de suas apresentações.

Agora, já que estamos falando de materiais de apresentações, que tal, então, explorar uma das ferramentas mais utilizadas pelos mestres?



# A teoria de Guy Kawasaki

A famosa teoria “10/20/30” de Guy Kawasaki tem descomplicado apresentações ao redor do mundo, melhorando a qualidade com que as pessoas comunicam suas ideias visualmente, em diversos contextos.

Antes de qualquer coisa, vamos conhecer melhor esse cara e de onde ele tirou sua teoria...

Guy foi um dos principais engenheiros da Apple durante os anos 90 e participou ativamente da construção e divulgação do Macintosh, o principal produto da empresa naquela época.

Toda sua experiência o transformou em um dos principais especialistas de tecnologia e marketing do mundo,

e hoje, além de participar do conselho da própria Apple, ele também é palestrante, autor de livros e membro de um fundo de investimentos nos Estados Unidos.

Devido ao fato de ser membro de um fundo de investimentos, Guy ouviu centenas — talvez milhares — de empreendedores apresentando suas ideias de negócio. E ao ver tantas apresentações ruins, ele criou a famosa regra do 10/20/30.

A regra funciona muito bem para empreendedores que querem apresentar seu negócio, mas também possuem dicas excelentes para qualquer tipo de apresentação.



**Mas e aí, como que essa regra funciona?**

# 10 SLIDES

Você deve ter 10 slides na sua apresentação. Não são 15, nem 12. Use 10 slides na sua apresentação.

Isso quer dizer que você precisa ir direto ao ponto. Seja direto nos seus slides e evite animações, sons e efeitos que vão tirar a atenção do seu público.

O importante da sua apresentação é você, não seus slides.

# 20 MINUTOS

Tem mais: você irá apresentar estes 10 slides em 20 minutos. 2 minutos por slide é uma boa média, certo?

Lembre-se que estamos falando de uma apresentação de negócios. Claro que se você precisa

apresentar um relatório anual, você precisará de mais tempo. Mas ao apresentar uma ideia nova ou um novo projeto, é necessário ser mais conciso e escolher os principais pontos a serem comentados na hora da sua apresentação.

Estruture seu discurso para falar tudo em até 20 minutos.

# 30 TAMANHO DA FONTE

Nunca, em nenhuma hipótese, use uma fonte menor que de tamanho 30 ao montar uma apresentação.

Menor do que isso, ninguém vai enxergar. E você não faz ideia do quanto isso pode atrapalhar sua apresentação.

Outro fator importante é que, ao usar uma fonte 30, você não tem espaço para escrever tanto no slide, apenas o que é realmente importante.

O próprio autor fala que escrever demais no slide quer dizer que você não sabe o que está falando, já que precisa ler para saber. E se é para ler, sua própria audiência pode e deverá fazê-lo antes de você.

Então, escolha bem as palavras que você vai usar na sua apresentação e nunca use uma fonte menor que 30.

Aproveite para ver  
o vídeo em que  
Guy Kawasaki explica  
sua teoria:  
**<http://dsco.la/kawasaki>**

A close-up photograph of a woman with short, light-colored hair, wearing a small circular earring with a symbol on it. She is looking slightly to her left with a neutral expression. In the foreground, a large white letter 'O' is superimposed over the lower-left portion of the image, partially obscuring the woman's face and the microphone she is holding.

O

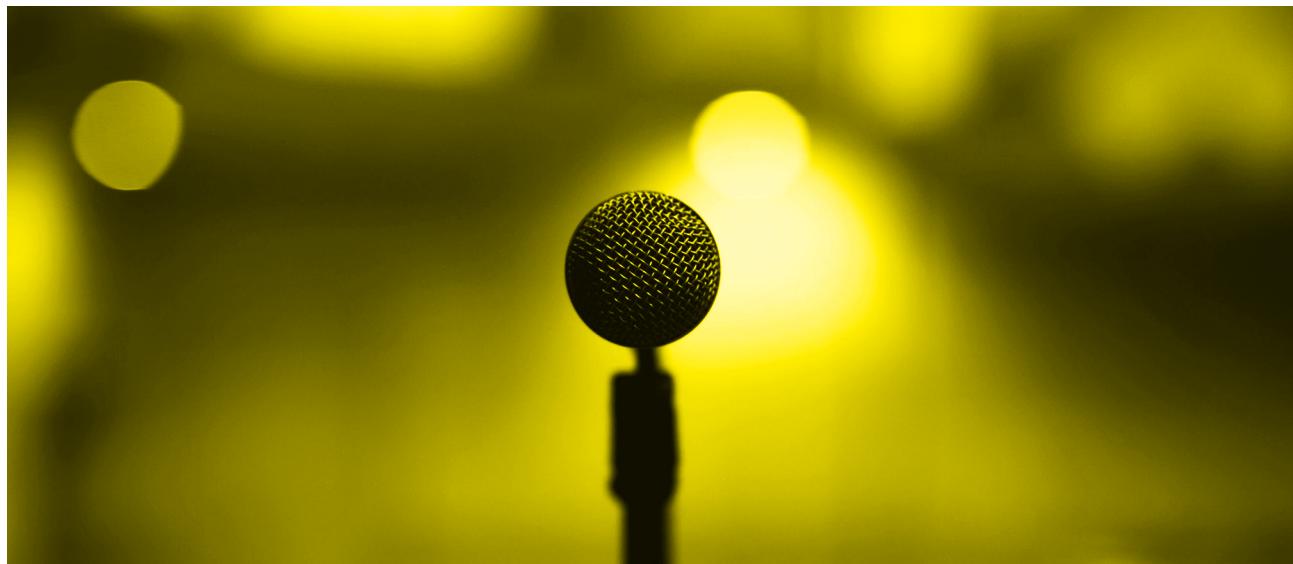
Como falar  
bem em  
público

Nenhum slide perfeito terá real efeito se a sua fala não for capaz de emocionar as pessoas. E é justamente por causa disso que a terceira habilidade de um verdadeiro mestre é a oratória.

Há uma série de características comuns entre as pessoas que falam bem. E repetimos diversas vezes: não é preciso de um DOM para ter essas características.

Entendendo que elas são determinantes para seu sucesso na hora de uma apresentação, você será capaz de desenvolvê-las como qualquer outra habilidade.

Portanto, deixamos aqui algumas dicas de como explorar cada uma destas características para que elas melhorem seu desempenho.



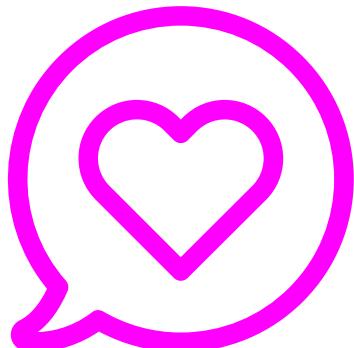
## Paixão

Começamos logo pela paixão. Porque, sim, é fundamental que você apresente o que quer que vá apresentar com profunda paixão. É o famoso “**sangue nos olhos**”. Se você apresenta com paixão, você passa esse sentimento para quem está assistindo.

Apresentar com paixão mostra que você acredita fielmente naquilo que está falando, mostra sua dedicação e empenho. E o mais importante: sua motivação.

Se você conseguir colocar emoção em seu discurso, quem estiver sendo impactado, naturalmente, vai valorizar sua apresentação.

**PONTO DE ATENÇÃO** Ter paixão não é colocar drama na sua fala. Cuidado para não parecer que será o fim do mundo caso a sua plateia não goste da sua fala, do seu produto ou do seu projeto. Isso pode acontecer mesmo com um discurso cheio de paixão e motivação.





## Naturalidade

Seja natural. Cuidado com a “**forçação de barra**”. Tentar parecer algo que você não é simplesmente não funciona. Aposte no que é natural para você, porque isso fica evidente para quem está assistindo.

Entenda quem você é e use o que você tem de melhor para contar sua história, usando paixão, montando um discurso coeso e passando credibilidade. Explore todas as habilidades que você viu nesse ebook, mas lembre-se do principal: seja você.

Talvez você não seja o Steve Jobs no palco e nem o Barack Obama na frente de um microfone, mas o bonito disso é que está TUDO BEM! Seja você, crie seu estilo e comunique sua verdade com eficácia.

**PONTO DE ATENÇÃO** Pense sempre em quem você está impactando. Ser natural não significa ir de chinelo ou de pijamas a uma apresentação só por que esse é você mesmo.



## Simplicidade

Tem um famoso acrônimo em inglês que é “KISS: Keep It Simple, Silly”.

Em tradução literal: mantenha simples, bobo!

A parte do bobo é uma brincadeira para que o acrônimo faça sentido, mas a verdade é que, muitas vezes, tentamos criar coisas tão elaboradas que esquecemos que o simples é fundamental.

Então, você deve estar se perguntando... Tá, mas em que ocasiões na minha apresentação eu devo manter a simplicidade?

Bem, a resposta é: em quase tudo.

Se você estiver usando uma apresentação — seja ela um PDF, um PowerPoint, um Keynote ou qualquer outra ferramenta —, cuide para que ela seja bonita, porém simples. Sua apresentação deve ser agradável de ler, e não aquela tela que já dá dor de cabeça só de ver o tanto de coisas misturadas.

Tenha um discurso profundo, empático e apaixonado, porém fácil de se entender. Ou seja, simples.

**PONTO DE ATENÇÃO** Ser simples não quer dizer ser medíocre. Tenha conteúdo e profundidade, mas transmita isso de forma simples. Ser simples é diferente de ser superficial e irrelevante.



## Capacidade de improviso

Como desenvolver uma capacidade de improviso?

O ponto aqui é que o improviso só acontece em situações que dominamos um assunto.

Aí vai um exercício para você: Tente fazer algo que você nunca fez antes e tente improvisar.

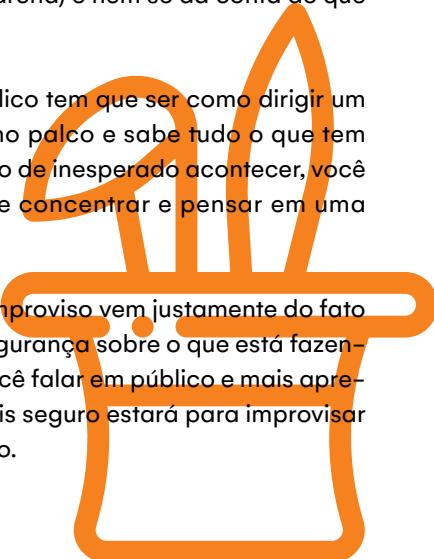
Você vai notar que é praticamente impossível. Você estará tão preocupado tentando entender como suas ações impactam no que está acontecendo e como reagir que a sua reação será ficar estático. No pior cenário, nada vai funcionar.

Você se lembra da primeira vez em que dirigiu um carro? Eram tantas coisas que você precisava aprender naquele momento que não tinha nenhuma margem para atentar a qualquer outra coisa ou para improvisar.

Depois de alguns meses ou anos dirigindo, você faz uma série de movimentos quase que automaticamente e nem se dá conta. Vira a chave, tira o freio de mão, dá a seta, ajusta o espelho, muda a rádio, troca de marcha (ok, em alguns casos não precisa mais trocar a marcha) e nem se dá conta de que fez tudo isso.

Apresentar em público tem que ser como dirigir um carro. Você entra no palco e sabe tudo o que tem que fazer ali. Se algo de inesperado acontecer, você vai ter tempo de se concentrar e pensar em uma alternativa.

A capacidade de improviso vem justamente do fato de você ter total segurança sobre o que está fazendo. Quanto mais você falar em público e mais apresentações fizer, mais seguro estará para improvisar caso algo dê errado.



**PONTO DE ATENÇÃO** O fato de você mandar muito bem no improviso não quer dizer que você não precisa se preparar para uma apresentação. Cada apresentação tem um local, uma audiência e conteúdos diferentes, e por mais que seja parecido, é sempre necessário se preparar. Somente bem preparado é que o improviso acontece.



## Postura

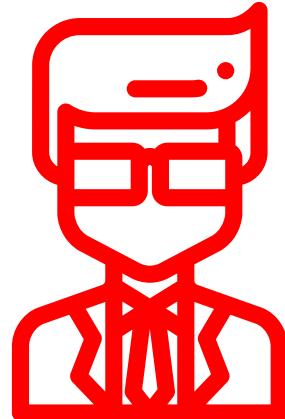
Esse pode parecer um dos pontos menos importantes, mas se engana quem pensa que uma boa postura não tem influência em uma boa apresentação.

Ter uma postura adequada impacta diretamente em outros aspectos que veremos em breve, como segurança, credibilidade e confiança.

Aqui vão algumas dicas para você:

**Movimente-se.** Conheça o ambiente em que você irá apresentar e explore os limites do espaço da sua apresentação. Cuidado para não ficar correndo de um lado para o outro, mas um pouco de movimentação é bastante interessante na hora de apresentar.

**Olhe para todos na plateia, ou pelo menos tente olhar para todas as pessoas presentes.** Se você estiver apresentando em algum auditório ou local muito grande, varie alguns pontos da sua visão para criar a percepção de que você está falando para todos.



**Cuidado com os gestuais.** Tenha cuidado para não mexer muito as mãos ou não mexer nunca. Sua linguagem corporal tem grande impacto na comunicação da sua mensagem.

**Mantenha uma fisionomia tranquila e relaxada.**

**PONTO DE ATENÇÃO** Tente aliar todos os pontos de “postura” com “naturalidade”. É importante que você tenha uma postura adequada, mas sem que pareça forçada ou estrita demais. Treine para que seja o mais natural possível.

U.S. m

THE P  
OKA  
GE



## Segurança e confiança

Esse item é um reflexo do seu domínio e do nível de elaboração e preparo do seu texto. Com um texto assertivo e seguro — somados a uma postura adequada —, você transmite segurança e confiança para quem está te assistindo.

Então, como fazer para transmitir segurança e confiança durante uma apresentação?

**Evite achismos.** Baseie seu texto em dados concretos e estudos, não em percepções pessoais.

**Evite generalizações.** Termos como “todos”, “sempre”, “ninguém” ou “nunca” podem ser trocados por frases que falem da maioria — baseadas em dados e fatos relatados.

**Seja correto.** Não aumente ou diminua as informações para parecer melhor do que você realmente é. A verdade é mais do que suficiente quando bem apresentada.

**Comunique de forma direta**, usando pausas nas horas corretas e entonação nas horas de maior destaque e atenção.

**PONTO DE ATENÇÃO** Não confunda confiança com soberba. Não entre achando que o jogo já está ganho. Saiba que você tem que dar o seu melhor de si na hora da apresentação para garantir um bom resultado.



A photograph of a woman with dark, curly hair smiling warmly at the camera. She is wearing a light-colored blazer over a dark top. In her right hand, she holds a white ceramic coffee cup on a saucer. Her left hand is resting on a wooden table. A silver smartphone lies next to the cup on the table. The background is slightly blurred, showing what appears to be a window or a bright interior space.

# O Storytelling e a sua narrativa

Um bom discurso não é nada sem uma boa narrativa. Por isso, a quarta habilidade de um mestre das apresentações é o storytelling.

Tá bom, mas o que é isso?

Storytelling é um termo em inglês que não tem uma tradução livre em português. É uma dessas palavras que incorporamos no nosso dicionário mesmo sendo estrangeiras.

Mas, se houvesse uma tradução literal, o termo seria “contar histórias”. E, na verdade, esse termo simples define com bastante precisão o que é o storytelling.

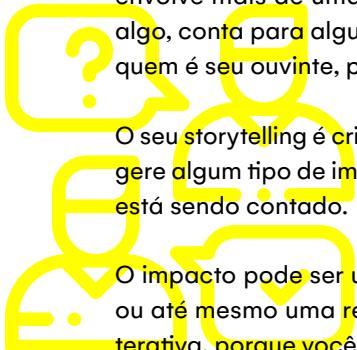
**Storytelling é a arte interativa de usar palavras e ações para revelar os elementos e as imagens de uma história, ao mesmo tempo em que incentiva a imaginação do ouvinte.**



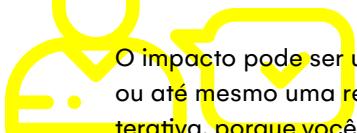
Que tal a gente destrinchar um pouco essa frase e seus elementos para entender um pouco mais sobre o que ela quer dizer?

## “É interativa”

Contar histórias é uma ação que obrigatoriamente envolve mais de uma pessoa. Quando você conta algo, conta para alguém. Então, é importante saber quem é seu ouvinte, pois ele é parte da sua história.



O seu storytelling é criado e estruturado para que ele gera algum tipo de impacto na pessoa para qual ele está sendo contado.



O impacto pode ser um aprendizado, uma emoção ou até mesmo uma reação. Por isso é uma arte interativa, porque você espera que o seu ouvinte reaja de alguma forma ao seu conteúdo.

## “Usa palavras e ações”

Claro, é simples. São usadas palavras e ações para comunicar sua história. E é isso que a diferencia de artes como a dança ou a mímica.

Ações como a fala, gestos, comportamento e movimentação são complementares às palavras usadas e adicionam elementos não verbais ao seu texto. Quando palavras e ações são usadas em conjunto, a história ganha em emoção, atenção e profundidade. Lembra do que falamos lá atrás? Sua linguagem corporal também é um meio de comunicação da história que você está contando.

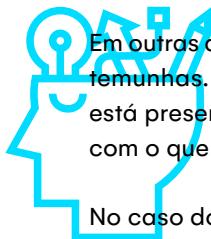
## “Apresenta uma história”

O storytelling está intrinsecamente envolvido com a contagem de uma história. Sempre por trás do storytelling há a construção de uma narrativa, com personagens, desafios, conflitos, acontecimentos e um desfecho. É bastante diferente de apresentar um produto e suas funcionalidades.



## “Encoraja a imaginação dos ouvintes”

No storytelling, o ouvinte imagina a história, vive juntamente com ela, se emociona e se relaciona com ela.



Em outras artes, os ouvintes agem apenas como testemunhas. São meros espectadores de tudo o que está presenciando, sem criar um laço tão profundo com o que está ouvindo.

No caso do storytelling, o ouvinte cria a história em sua cabeça. Ele se sente parte de tudo o que está acontecendo, e, por isso, as emoções relacionadas são muito mais fortes.

Agora deu para entender melhor o que é e como funciona o storytelling. Mas como tudo isso começou?

## A história do storytelling

Diferente de outros temas, é impossível definir uma data e, principalmente, um autor para o começo do storytelling.

*Contamos histórias desde os tempos antigos e ninguém sabe ao certo quando a primeira história foi contada.*

Podemos dizer que as primeiras histórias foram pintadas em cavernas para contar passagens, aprendizados ou mesmo para contribuir com a formação da cultura dos povos antigos.

Com o passar dos anos — e com o começo da fala —, as histórias começaram a ser contadas em voz alta. E é nesse período que surgiu a narrativa como estrutura.

É dessa estrutura que o storytelling se origina. De

acordo com alguns pesquisadores, as primeiras histórias surgiram para acalmar os medos, dúvidas e até mesmo para esconder o fracasso de algumas famílias.



Aos poucos, as histórias se tornavam cada vez mais importantes. Começavam a ajudar a definir cultura, crenças e aprendizados.

A história e o fato de saber contá-las bem era tão importante que as principais posições de uma tribo eram ocupadas por seus melhores oradores, aqueles que sabiam não só como contar, mas como transmitir emoções através das histórias.

**Os que sabiam contar boas histórias eram respeitados e admirados por todos à sua volta. Eram vistos como sábios e detentores do conhecimento.**

As histórias logo evoluíram para todo o tipo de narrativa: fatos, lendas, mitos, contos, fábulas, aventuras épicas e assim vai. Todos estes formatos foram usados ao longo do tempo para passar alguma mensagem.

A verdade é que o Storytelling e as histórias sempre estiveram ligados ao ser humano e à nossa humanidade. São elas que nos definem como humanos e nos contam quem somos.

## OK! E O QUE O STORYTELLING TEM A VER COM NEGÓCIOS?

Começamos a nos dar conta de que essas técnicas de contação de histórias são tão profundas e eficazes que podem muito bem ser utilizadas para o trabalho.

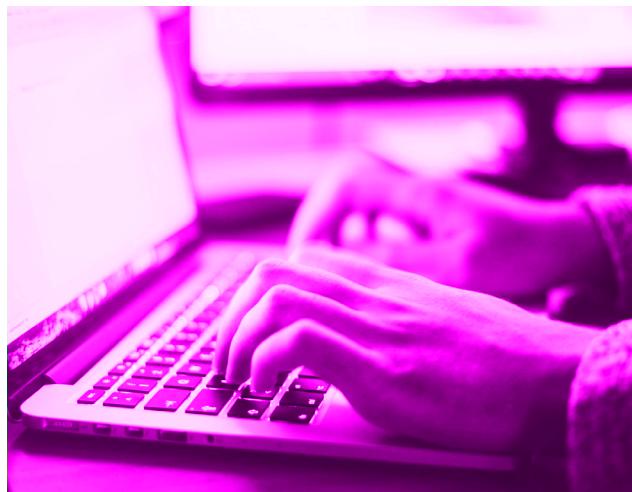
De acordo com uma pesquisa do instituto Hanley Wood, em 2013, 78% dos diretores de marketing de empresas acreditavam que conteúdo é o futuro do marketing e dois terços dos profissionais de marketing pensam que os conteúdos de marca são mais importantes que relações públicas, e-mails diretos e publicidade impressa.

O que isso quer dizer?

Quer dizer que conteúdo é uma das coisas mais valiosas atualmente. Para tudo que buscamos, queremos saber se, no fundo, há algum conteúdo relevante

por trás. E o melhor jeito de consumir novos conteúdos é envelopando ele em grandes histórias. É por isso que dominar essa metodologia é tão importante para o mercado.

Então, é normal vermos as grandes empresas contando suas histórias com maior frequência, tornando públicos momentos chave desde sua fundação, seus valores pensados desde o começo, os desafios que enfrentaram, as conquistas e os aprendizados.



## *Nos relacionamos com as histórias das empresas, das pessoas e dos produtos.*

Já sabemos da história do Facebook, do Instagram ou do Snapchat. Sabemos como o Airbnb saiu de um experimento para amigos em São Francisco, foi rejeitado pelos principais fundos de investimento no mundo e, depois que mudou uma funcionalidade no seu site, teve um crescimento exponencial, se tornando uma das maiores empresas do mundo.

Mas quer um exemplo de como o Storytelling também serve para pessoas?

Steve Jobs se tornou um dos grandes ícones de uma geração não somente por seus feitos grandiosos, mas por toda sua história de vida. Um menino adotado, super talentoso, que abandonou a faculdade no meio do curso, fundou uma empresa na garagem, cresceu, foi demitido da própria empresa, teve uma volta espetacular e fez a empresa voltar a crescer.

A história é tão boa que virou não só um, mas dois filmes!



## Ok, e como ele se encaixa na minha vida?

Imagine que você é o líder de uma equipe no seu trabalho.

Uma das suas tarefas é manter seu time motivado a atingir os melhores resultados. Para isso, você precisa engajar e emocionar todas as pessoas com as quais trabalha.

Como? Bom, existem duas formas de atingir essas pessoas.

A primeira é usando retórica convencional, que é o que a maioria das pessoas tenta fazer. É um processo intelectual e, geralmente, consiste em uma apresentação de PowerPoint que no final você diz: “esse é o nosso principal desafio e é isso que precisamos fazer”. Neste caso, você baseia todo o seu discurso em estatísticas, projeções, fatos e frases de impacto.

## Mas aí você tem que lidar com alguns problemas.

1. As pessoas para quais você apresentou possuem suas próprias convicções e experiências, então, enquanto você está argumentando, elas estão mentalmente te questionando.

2. Mesmo que você consiga persuadir as pessoas, você terá apenas conquistado suas mentes, e não seus corações.

A outra forma (bem mais poderosa que a primeira) é unindo o racional junto com a emoção. E a melhor forma de fazer isso é contando uma história convincente.

Em uma história, você não só coloca informações durante toda a narrativa, mas também engaja o ouvinte usando emoção, dinâmica, ápice, conflitos e conquistas. Se você conseguir estimular a imaginação das pessoas com uma história contundente, certamente conseguirá chegar em seus corações. E é disso que precisamos para motivar o seu time, você não acha?



As histórias nos marcam, nos emocionam e criam laços com os acontecimentos. Por isso, saber como utilizar o storytelling é uma competência e uma habilidade fundamental para diversas áreas de trabalho.

Para quem trabalha com comunicação no geral, empreendedores, administradores, profissionais liberais, engenheiros, advogados, ou mesmo para quem está buscando crescer na carreira, é importante saber quais são as técnicas, os fundamentos e os ganhos de saber contar uma boa história.

A close-up photograph of a person wearing glasses, looking down intently at a laptop screen. The image has a strong blue tint.

O

Das ideias  
à ação

Chegou a hora de colocar suas ideias em ação e aplicar o conhecimento que você adquiriu até aqui. Com este ebook em mãos, você já será capaz de colocar bastante coisa em prática, além de começar a desenvolver suas habilidades.

Uma dica que deixamos para você é: combine ao máximo suas habilidades de forma que elas sempre trabalhem juntas em prol de um mesmo resultado, seja ele o sucesso de uma ideia, projeto ou negócio.

**VISUALIZE** suas ideias...

**ARQUITETE** o seu conteúdo...

**AJUSTE** um material  
bem pensado...

**EXPRESSE** sua paixão  
através da oratória...

**COMPARTILHE** sua história...

**E AÇÃO!**

Todos nós temos potencial para nos tornarmos um mestre das apresentações. E com o conteúdo que você teve acesso neste material, tudo vai ficar mais fácil. Mas, se quiser dar continuidade a essa jornada, confira a track de cursos que inspirou este ebook.



Na track “**Mestre das Apresentações**”, você aprenderá todas as habilidades necessárias para aprimorar a sua apresentação.

No primeiro curso, propomos entender melhor o **Visual Thinking**, uma maneira de adquirir técnicas e ferramentas para te ajudar a desenvolver, estruturar e comunicar suas ideias de forma visual. Entre outras

técnicas o curso “Põe no papel” irá passar por temas como brainstorming, mindmap e facilitação gráfica.

Depois de entender como pensar de forma visual, propomos que faça o curso **Arquitetura de Conteúdo**, onde fazemos um paralelo com o ato de cozinhar. Você pode saber todos os ingredientes para ter uma apresentação perfeita, mas é preciso entender onde colocar cada informação para não virar uma “gororoba”. Neste curso, daremos uma habilidade fundamental para apresentação que é estruturá-lo da forma correta em 3 exercícios práticos.

Na sequência, trazemos o curso **“Discurse: você pode falar bem em público”**, para que você possa ter todas as técnicas de falar em público e dominar completamente a arte de fazer uma apresentação.

E para fechar essa sequência, colocamos o curso de **Storytelling**. Agora que você já sabe apresentar, vamos te dar as ferramentas para que você possa criar uma linha narrativa forte para embasar a sua história.

Fazendo essa track, você estará habilitado para planejar, estruturar e apresentar uma excelente apresentação.

*Quer ser um mestre das apresentações?*

**Vem com a gente!**

[https://descola.org/  
track/mestre-das-  
apresentacoes](https://descola.org/track/mestre-das-apresentacoes)





DES  
COLA