



# **VISUALIZAÇÃO DE DADOS E *STORYTELLING***

AULA 6



Profª Vívian Ariane Barausse de Moura



## CONVERSA INICIAL

Como vimos até aqui, a comunicação é o grande diferencial da nossa espécie. Ela ocorre com base na interação humana que resulta na troca de informações. Em um exemplo muito simples, suponha que Maria (M) emita a instrução *sente-se* para João (J). Podemos ver isso como tentativa de M realizar uma ação específica para J; ela faz essa tentativa por si mesma, realizando uma ação específica, ou seja, utilizando as palavras. A análise poderia prosseguir examinando por que M escolhe tais palavras, pois J as interpreta e realiza ação como resultado. Normalmente isso ocorre com base em normas que descrevem ou prescrevem como as pessoas usam a linguagem para atingir seus objetivos.

Existem outras formas de analisar a mesma interação, mediada pela transmissão de informação de M para J. Em alternativa à abordagem baseada em informações, analisamos a interação de Maria e João em termos de emissão de certas informações por M, sua recepção por J e as consequências da transmissão em termos das ações dos dois participantes.

Qual é a melhor abordagem e por quê? A resposta para essa pergunta não é apenas com interesse teórico, mas sim uma abordagem com característica fundamental da maneira como concebemos e vivemos em nosso mundo atual. Hoje, grande parte de nosso pensamento diário, escrita e conversa sobre atividades humanas é expressa em termos de informação. No entanto, a maneira de falar sobre o mundo é relativamente recente.

Ao analisarmos questões pertinentes à apresentação, cabe a frase creditada a Aristóteles: “pense como o sábio, mas fala como falam as pessoas simples”. Sempre é melhor passar do simples para o complexo em qualquer tipo de apresentação. Grandes mudanças foram causadas em grande parte pelo desenvolvimento das variadas formas de comunicações e da maneira de pensar sobre comunicação. Abordaremos um pouco mais sobre apresentações e as implicações comuns sobre informação que ocorrem hoje na chamada *sociedade da informação*. Neste sentido, a estrutura da nossa aula será:

- Tema 1 – A Apresentação.
- Tema 2 – Construindo Confiança para Falar em Público.
- Tema 3 – Avaliação das Apresentações.
- Tema 4 – Autoavaliação.
- Tema 5 – Feedback.

## TEMA 1 – A APRESENTAÇÃO

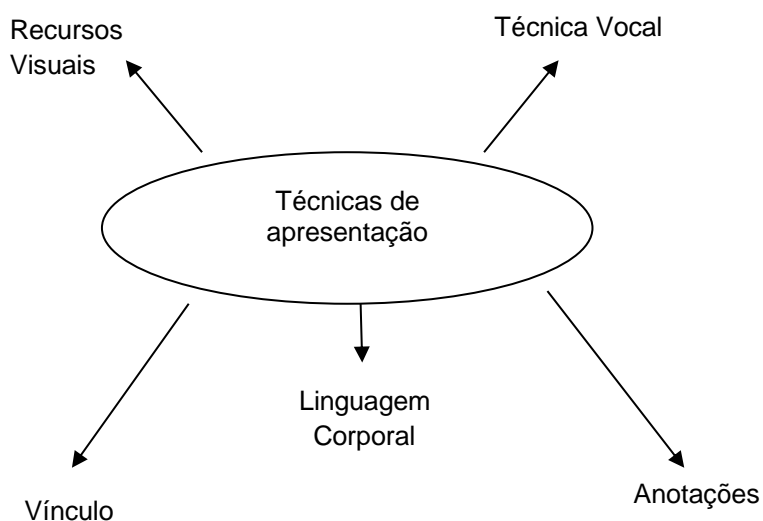
As apresentações fazem parte do nosso cotidiano; elas podem ser curtas ou longas, incluir slides ou outros recursos visuais e ser feitas individualmente ou em grupo. Você pode ter a oportunidade de ministrar palestras, seminários e tutoriais, e quanto mais prática você tiver, mais fácil será. Planejar e estruturar uma apresentação tem semelhanças com o processo de redação de um texto, com a diferença de que você precisa estar consciente de que terá uma audiência ao vivo e vai usar a linguagem falada em vez de escrita.

Em qualquer formato de apresentação é recomendado seguir algumas etapas. Carnegie (2006) cita que as principais são:

- Planejamento.
- Estruturação.
- Preparação.
- Apresentação.

Cada etapa de apresentação é marcada por suas especificidades. Observe os principais elementos de cada uma das etapas na Figura 1.

Figura 1 – Técnicas de Apresentação



Fonte: Carnegie, 2006.

O planejamento é um processo intelectual que estabelece objetivos e caminhos a serem tomados; ele nada mais é do que pensar antes que a ação ocorra. Auxilia a prevenção e o direcionamento para lidar com as situações que



encontraremos no futuro. Para nortear esse processo, Manovich (2001) listou algumas perguntas, expostas no Quadro 1.

Quadro 1 – Questões norteadoras para o planejamento

Objetivo	Qual é o objetivo de sua pesquisa?
	Por que você está apresentando na forma oral?
	O que é importante sobre suas descobertas?
	Qual é o foco principal da sua apresentação?
Público	Para quem você está apresentando suas descobertas?
	Seu público tem mais ou menos conhecimento sobre o assunto que você? Coloque seus dados no nível apropriado.
	O que seu público espera ganhar ouvindo você?

Fonte: Elaborada com base em Manovich, 2001.

Conforme explicita Manovich (2001, p. 54), “se você seguir a sequência habitual de geração de ideias, uma leitura ampla, a consideração de seu público e o propósito da sua apresentação, a estruturação, deve ser bem tranquila”.

A estrutura está relacionada ao formato de sua apresentação, e conforme estudado nas aulas anteriores, precisa de introdução, corpo e conclusão. Na introdução, você pode incluir uma breve (e relevante) história ou uma pergunta provocativa para envolver seu público desde o início. Uma pergunta que inclua seu público-alvo fará com que ele deseje acompanhar você para descobrir as implicações relacionadas diretamente a eles. A conclusão deve apontar para novas pesquisas ou resultados conclusivos, se possível. Tente terminar com uma declaração clara e conclusiva, talvez com algo retórico, para que você não seja obrigado a terminar dizendo “*hum*, é isso”.

Lee (2014) destaca que os recursos visuais são ferramentas usadas para aumentar o entendimento da linguagem e fornecer estrutura e suporte. Eles ajudam as pessoas a entender porque são mais **permanentes** do que a linguagem verbal, que parece transitória e passageira para muitas pessoas com dificuldades de linguagem.

Algumas pessoas desenvolvem habilidades visuais mais fortes que as auditivas. Meadows (2002) defende que isso ocorre na maioria dos casos com pessoas surdas, com deficiência auditiva ou com transtorno do espectro do autismo. Os apoios visuais permitem que as pessoas usem essa força visual



para processar, organizar, lembrar e responder à informação, permitindo assim que a pessoa participe mais facilmente do processo de comunicação. Os suportes visuais também permitem que informações importantes permaneçam acessíveis, o que pode reduzir bastante os níveis de estresse e comportamentos inadequados. São comumente usados para comunicar escolhas, organizar programações diárias, dar instruções, explicar regras ou expectativas e/ou assessorar as transições.

Atualmente, a maneira mais comum de incorporar recursos visuais ou slides é pelo uso do PowerPoint. Se você tiver a opção (se tiver o Powerpoint no computador e acessar um projetor de dados na sala), opte por esse software em vez de retroprojetor (OHP) e transparências. Ele é muito mais fácil de gerenciar e mais profissional quando usado adequadamente. Dito isso, Lee (2014) destaca algumas dicas sobre o que fazer e o que não fazer ao usá-lo.

#### Quadro 2 – Uso do PowerPoint

Faça	Não faça
Certifique-se de que a sala possui um projetor.	Não confie demais na apresentação do Powerpoint, que pode enfrentar dificuldades técnicas no dia.
Pratique antes da apresentação.	Não basta apenas ser ler seus slides, eles são lembretes.
Esteja preparado para que toda a tecnologia falhe e tenha backup, estratégias de transparências ou imagens, ou um conjunto completo de notas para fazer a apresentação sem slides.	Não inclua pedaços de texto. Isso faz com que você fique tentado a ler, literalmente.
Limite a quantidade de slides, você precisa muito menos do que pensa. Mais uma vez, a prática o ajudará a ganhar confiança para saber a quantidade suficiente.	Não use transições ou textos desnecessários – isso é perturbador e ver as letras aparecerem uma de cada vez torna a apresentação lenta.
Use apenas palavras-chave e frases simples.	Não coloque imagens aleatórias e fora de contexto.
Use uma fonte grande o suficiente e fácil de ler.	Não use fontes com animações.
Rotule todos os gráficos, tabelas, figuras e diagramas (novamente, com fonte legível).	Não use sons do PowerPoint ou qualquer outro som, a menos que faça parte da apresentação.



Inclua ocasionalmente imagens para interesse visual, se relevantes.

Não utilize um modelo com muitas cores, pois pode confundir.

Fonte: Elaborada com base em Lee, 2014.

O sucesso da apresentação de acordo com Meadows (2002), está relacionado ao preparo: quanto mais preparado você se sentir, menos nervoso estará. O autor destacou algumas considerações importantes na preparação para uma apresentação: duração, anotações, linguagem corporal e uso da voz.

- **Duração:** pratique a apresentação várias vezes para obter o ritmo certo e garantir que você ajusta as informações ao tempo fornecido. Não exagere no tempo, pois isso não corresponde às expectativas do público e pode gerar impaciência, tédio e confusão. Não termine muito cedo, pois pode parecer que você não tem domínio suficiente do material.
- **Anotações:** é preferível não ler todo o artigo, pois você tenderá a perder contato visual, entonação e boa postura. É preferível reduzir o texto para pontos-chave e praticar o preenchimento das lacunas. Mesmo que você conheça muito bem o material, pode ser útil ter alguns insights em forma de nota, além dos pontos da apresentação do PowerPoint.
- **Linguagem corporal:** tente fazer uma espécie de contato visual itinerante com a plateia, mantendo uma boa postura e usando gestos apropriados com as mãos.
- **Voz:** fale alto o suficiente para que sua audiência ouça clara e lentamente, de maneira que sigam seu argumento. Use o silêncio e faça uma pausa eficaz ao comentar pontos específicos; mantenha padrões interessantes de entonação e evite falar em tom monótono.

Manovich (2001) enfatiza que, até esse momento, se você se preparou bem, deve estar pronto para uma apresentação confiante. A essa altura, você deve ajustar a apresentação confortavelmente dentro dos prazos e falar fluentemente apenas a partir de notas pontuais. Quando estiver realmente diante da plateia, lembre-se de sua linguagem corporal e projeção de voz. Tente relaxar e aproveitar a experiência de compartilhar as informações que você coletou e analisou – e não esqueça de receber as perguntas no final.



## TEMA 2 – CONSTRUINDO CONFIANÇA PARA FALAR EM PÚBLICO

Uma das formas da comunicação oral é falar em público, ato considerado o principal medo de grande parte das pessoas. Uma das formas de superar é projetar confiança ajustando sua voz. Berlo (1972) descreve que a afinação vocal é composta por ritmo, tom e pausas. Goleman (2011) recomenda eliminar a nasalidade, bocejar para abrir a boca e relaxar a garganta e o paladar. A postura corporal também afeta sua voz; “fique em pé, relaxe e deixe a respiração respirar lá em baixo. Parece que está entrando em seu corpo ao redor da cintura, não sendo puxado garganta para baixo”, sugere Goleman. Continue atento à respiração para relaxar, e se sua voz soar muito alta, cortada ou nervosa, respire baixo e solte seus ombros. Mantenha sua garganta aberta – uma garganta aberta protege sua voz e produz um som mais rico.

Borod (2000) enfatiza que o som da sua voz calma e confiante deixará você e seu público à vontade. Além disso, é importante mudar a velocidade da sua voz; pessoas que falam constantemente no mesmo ritmo tendem a ser comunicadores sem graça e ineficazes e aqueles que variam a taxa de suas palavras faladas são mais interessantes. Ademais, a velocidade do seu discurso sinaliza como devem interpretar suas palavras. Fale rapidamente e use um tom entusiasmado para animar seus ouvintes; fale devagar quando quiser que seu público absorva suas palavras ou antecipe-se à próxima ideia.

O autor aponta para a importância de mudar o tom da voz, a frequência da fala. Os tons altos e baixos são úteis às vezes, embora você não deva ser leve nem extremos. Aumentar o tom da voz sinaliza incerteza ou sugere uma pergunta; baixar o tom dá um caráter mais autoritário e influente (Borod, 2000).

Berlo (1972) relaciona que o controle do volume da sua voz afeta a capacidade dos ouvintes de ouvir e entender você. Fale alto o suficiente para que seu público possa ouvi-lo confortavelmente. Se o volume for muito mais alto, sua voz poderá incomodar o ouvinte e perturbar os outros. Falar muito baixo torna suas palavras difíceis de ouvir e comunica timidez e submissão. A variação do volume adiciona caracteres ao seu discurso; portanto, aumente o volume quando deseja enfatizar uma palavra ou ideia específica; abaixe a voz para dramatizar ou permitir que seu ouvinte se concentre no que você está dizendo.

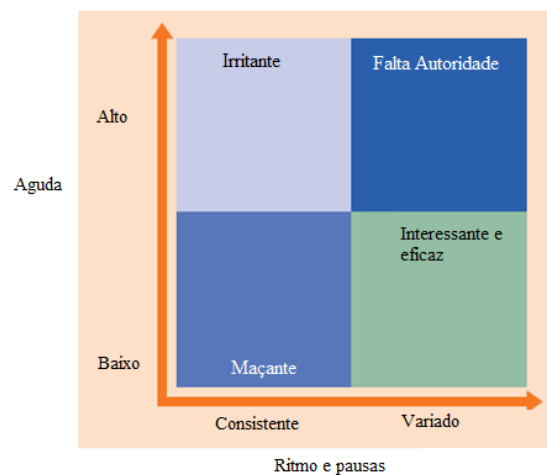
Austin e Aitchison (2006) defendem que os oradores eficazes fazem uma pausa ocasional para interromper o fluxo de informações e permitir que os



ouvintes processem e entendam o que foi dito. Um bom momento para fazer uma breve pausa é depois de ter feito uma observação importante ou incluir uma ideia. Você também pode usar pausas para criar antecipação. Os autores orientam a articular claramente. Para melhorar a compreensão de seus ouvintes, enuncie claramente cada frase e palavra. Você pode melhorar sua pronúncia pela prática consciente. Quando você fala claramente, transmite competência, confiança e inteligência.

A Figura 2 mostra a combinação mais eficaz dos elementos vocais, com ritmo variado e pausas ocasionais.

Figura 2 – Elementos vocais



Fonte: Elaborado com base em Austin e Aitchison, 2006.

## 2.1 Desenvolvendo credibilidade

De acordo com Borod (200), credibilidade é uma percepção que outros indivíduos têm sobre você e está intimamente associada à confiança, elemento crucial nas relações pessoais e profissionais. Um público, de modo geral, estará mais atento ao que você diz se acredita que você é uma fonte confiável de informações. Se as pessoas não aceitarem automaticamente suas ideias, mas confiarem em você, sua fala poderá ter significado e ser levada em consideração.

O Quadro 3 apresenta alguns objetivos que intimamente relacionados à credibilidade e ao direcionamento de ações a serem realizadas.





### Quadro 3 – Credibilidade

Objetivo	Faça	Não faça
Objetividade	Seja objetivo e forneça evidências factuais para suas reivindicações.	Não faça declarações tendenciosas ou exageradas.
Clareza	Use palavras familiares e solicite feedback de seus ouvintes.	Não apresse uma explicação ou controle seu ouvinte.
Consistência	Torne suas ações consistentes com suas palavras.	Não deixe de mostrar compreensão, mesmo que discorde do público.
Empatia	Demonstre que você reconhece o ponto de vista do seu ouvinte.	Não deixe de mostrar empatia, mesmo que discorde do seu público.

Fonte: Elaborada com base em Borod, 2000.

Borod (2000) defende que é necessário falar objetivamente e com precisão. No local de trabalho, por exemplo, outras pessoas podem tomar decisões com base nas informações que você fornece. Para minimizar as chances de tomar uma decisão ruim, eles consideram seu histórico de precisão e confiabilidade. Você pode melhorar sua credibilidade falando objetivamente, evitando exageros ou embelezamentos e fornecendo apenas informação; faça suas declarações com fatos e evidências verificáveis.

Agrawala et al. (2006) salientam a importância da clareza no processo de comunicação. Quanto melhor seus ouvintes entenderem sua mensagem, mais eles a aceitarão. Maximize sua credibilidade expressando-se de forma clara e cuidadosa, e incentive o feedback do seu público perguntando: “posso esclarecer algo?” ou “qual sua opinião?”. Explicar sua mensagem claramente melhora a compreensão de todos, constrói a confiança que os ouvintes têm em você e aumenta o compromisso deles com o tópico.

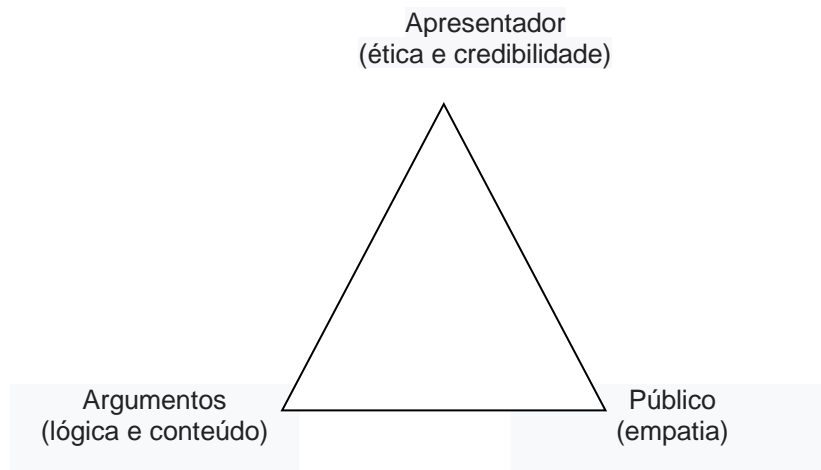
Seja consistente com suas decisões e ações. Palavras enviam mensagens para aqueles com quem você trabalha, e para serem percebidas como credíveis, as palavras que você diz devem ser consistentes com suas ações. Demonstre empatia e preocupação, pois as pessoas estão mais inclinadas a confiar em outras pessoas que mostrem preocupação e empatia – demonstrando que você entende o ponto de vista do outro.

De acordo com Baurbour (1976), Aristóteles analisou oradores eficazes na Grécia Antiga e diagramou sua eficácia em um triângulo mostrado na Figura 3, que ele chamou de *triângulo retórico* (em grego, *rhetor* significa *orador*).



Aristóteles ensinou que sua capacidade de falar depende de quão bem você faz três tipos de apelo ao seu público: lógico, ético e emocional. Como orador, isso significa que você deve considerar três partes da comunicação para ter sucesso: o assunto ou o que você tem a dizer; você e sua credibilidade; sua capacidade de simpatizar com seu público.

Figura 3 – Adaptação do triângulo retórico



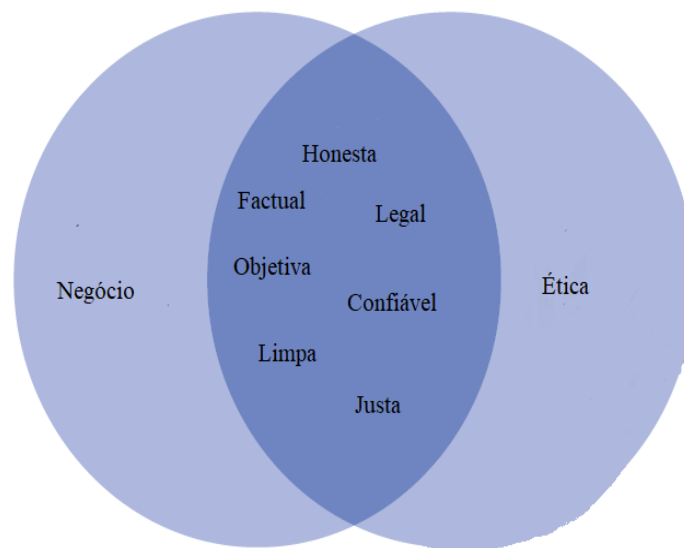
Fonte: Elaborado com base em Baurbour, 1976.

## 2.2 Comunicação ética

Andersen (1999) destaca que a ética lida com princípios de conduta aceitáveis e geralmente se refere a comportamentos e decisões honestos e justos. Também envolve as obrigações morais que você tem para tratar os outros como você deseja ser tratado. Ética e comportamentos legais geralmente se sobrepõem, embora não sejam os mesmos. A Figura 4 mostra o relacionamento entre comunicação empresarial e comunicação ética.



Figura 4 – Comunicação empresarial ética



Fonte: Elaborada com base em Andersen, 1999.

Chiavenato (2010), destaca que ao se comunicar de maneira profissional em situações de negócios, você precisa analisar cuidadosamente seus objetivos, escolhas e consequências para tomar uma decisão responsável e ética. Você pode evitar muitos dilemas éticos falando honestamente. Você não precisa divulgar informações confidenciais ou falar abertamente sobre tópicos sensíveis ou pessoais. No entanto, evite exagerar seus assuntos, falando meias verdades ou se comunicando com intenção de enganar seu ouvinte de qualquer maneira. Sua reputação é desenvolvida por meio da sua integridade e a honestidade gera confiança nos negócios e nos relacionamentos pessoais.

Carnegie (2006) destaca que ao abordar um tópico ou responder a uma solicitação de recomendação ou análise, você equilibre prós e contras em sua resposta para evitar preconceitos. Apresentar ao ouvinte uma única perspectiva fornece informações incompletas ou imprecisas. Até vendedores eficazes reconhecem a concorrência e a superam para convencer clientes a experimentar um novo produto ou serviço. Em geral, você é percebido como um comunicador confiável se você discutir tópicos objetivamente e equilibrar sua resposta.

Chiavenato (2010) aponta a importância de diferenciar fato de opinião. No local de trabalho, colegas, gerentes e clientes dependem de você para fornecer informações factuais que eles podem usar para tomar decisões. Certifique-se de diferenciar claramente o fato das opiniões. Um fato pode ser observado e verificado independentemente. A opinião é uma ideia ou crença que alguém tem. Você pode sentir fortemente sua opinião, mas não a represente como um fato.



Andersen (1999) aborda que algumas pessoas assumem erroneamente que divulgar um detalhe importante, brevemente ou em um local inconveniente, como no verso de um relatório ou enterrado nas letras miúdas de um contrato, é suficientemente legal. No entanto, isso é uma abordagem eticamente questionável. Se o ouvinte tiver necessidade legítima de saber algo, você deve apresentar tal informação em um formato claro, compreensível e apropriado. O Quadro 4 apresenta alguns elementos da comunicação ética, assim como o direcionamento de ações não devem ser realizadas.

Quadro 4 – Elementos da comunicação ética

Elemento	Faça	Não faça
<b>Honestidade</b>	Escolha palavras familiares, inequívocas e fáceis de interpretar. Divulgue todas as informações que seu ouvinte precisa saber.	Não use linguagem destinada a enganar. Não oculte informações que um público tem direito de saber.
<b>Balanço</b>	Reconheça prós e contras sob mais de um ponto de vista.	Não apresente um único ponto de vista.
<b>Fato e opinião</b>	Diferencie fatos verificáveis e suas opiniões.	Não expresse sua opinião, por mais forte que seja.
<b>Consistência</b>	Envie a mesma mensagem básica sobre um tópico para todos os seus ouvintes.	Não mude sua mensagem para se adequar ao que seu ouvinte quer ouvir.

Fonte: Elaborada com base em Andersen, 1999.

Ser consistente ao se comunicar com outras pessoas evita conflitos. Lembre-se: adotar a perspectiva popular ou dizer o que você acha que seu público quer ouvir, pode comprometer sua integridade. Evite enviar mensagens diferentes sobre um tópico para pessoas diferentes. Suponha que seus ouvintes conversem, comparem as trocas de informação e descubram inconsistências.

### TEMA 3 – AVALIAÇÃO DAS APRESENTAÇÕES

De acordo com Khosrow-Pour (2013), existem três métodos principais para avaliar a apresentação: autoavaliações, avaliações por pares e avaliações profissionais. Obviamente, a questão mais importante é estabelecer critérios de avaliação. De acordo com o autor, alguns dos critérios que você pode usar para avaliar apresentações incluem:

- Foco da apresentação.
- Clareza e coerência do conteúdo.
- Profundidade das ideias apresentadas e análise.



- Clareza da apresentação.
- Uso eficaz de fatos, estatísticas e detalhes.
- Falta de erros gramaticais e ortográficos.
- Design dos slides.
- Uso eficaz de imagens.
- Clareza da projeção de voz e volume apropriado.
- Conclusão da apresentação dentro do prazo estipulado.

O autor destaca que cada pessoa deve se sentir livre para usar esses critérios ou desenvolver seus próprios que correspondam mais especificamente à sua situação de ensino. As apresentações orais podem ser avaliadas subjetiva ou objetivamente. Embora a avaliação subjetiva seja sem dúvida mais difícil do que a objetiva, é menos complicada. Depende inteiramente da impressão que as pessoas tiveram da apresentação.

Austin e Aitichison (2006) apontam que as apresentações também podem ser avaliadas formal ou informalmente. No primeiro caso, o desempenho é avaliado com um teste somativo, enquanto no segundo caso a característica é de teste formativo. Em ambos os casos pode ser utilizada uma lista de verificação que inclua aspectos como uso de recursos audiovisuais, a exemplo de PowerPoint, transparências OHP, pôsteres, quadros, *flipcharts*, quadros brancos, gráficos de parede, vídeos etc.

Linguagem corporal, contato visual com o público, projeção de voz, vitalidade, modulação, velocidade da fala (muito rápida ou muito lenta), adesão do tempo de apresentação e perguntas e respostas, entrega natural de tópico sem recorrer à memorização ou leitura de texto ou notas, fluência e precisão (gramática, vocabulário e pronúncia), estrutura da apresentação, maneira como o tópico foi tratado, escolha do tópico e como as perguntas são tratadas na sessão de pós-apresentação são elementos organizados no Quadro 5.

Quadro 5 – Elementos para avaliação da apresentação oral

As marcas são dadas para cada um dos seguintes critérios de avaliação. Os valores são os seguintes:	
Excelente .....	3
Satisfatório.....	2
Insatisfatório (precisa de melhorias) .....	1
Observações	



Itens a ser avaliados	3	2	1	
Volume da voz - alto o suficiente para ser ouvido claramente.				
Contato visual com o público, uso efetivo de informações não verbais, comunicação (gestos, postura, conjunto facial, maneirismos e interação do público).				
Entrega natural, não memorizada ou lida, uso de palavras-chave e notas.				
Taxa de fala - nem muito rápida nem muito lenta, variando de acordo com a importância dos pontos.				
Atendimento aos requisitos de tempo.				
<b>Conteúdo e organização</b>				
Introdução e visualização – comentários de abertura, palavras de boas-vindas, tópico e título dados.				
Ideia central claramente declarada (idealmente no início).				
Principais subpontos claramente declarados, bem desenvolvidos, bons exemplos de apoio.				
Revisão e conclusão – resumo dos pontos principais conclusões, agradecimento, convite para perguntas.				
Capacidade de responder perguntas.				
Idioma.				
Precisão da gramática, estrutura das frases, ortografia.				
Vocabulário apropriado ao público, explicação de qualquer vocabulário técnico usado.				
Pronúncia e entonação (palavras faladas corretamente).				
Fluência – fluxo suave de fala, coesão e coerência.				
Auxílios audiovisuais.				
Útil para esclarecer o tópico, simples, bem preparado/projetado/selecionado, usado efetivamente.				

Fonte: Elaborado com base em Khosrow-Pour, 2013, e Austin e Aitichison, 2006.

Esses aspectos da avaliação se concentram no processo e no produto da apresentação. Podem ser avaliadas por familiares, colegas, professores, alunos e o público. Os resultados podem ajudar a refletir sobre a apresentação e os aspectos relevantes relacionados e, além disso, favorecem novos direcionamentos. Indivíduos criticamente reflexivos são dinâmicos e ativos e cientes de que aprimorar suas técnicas é importante a partir das visualizações, sugestões e opiniões informadas.

As apresentações orais são julgadas pela originalidade e criatividade, organização do conteúdo, conhecimento do material, clareza da obra de arte (tabelas, gráficos, slides) e apresentação geral. De acordo com Andersen (1999),



avaliar uma apresentação oral não é difícil, porque todas as apresentações orais têm componentes-chave que são cruciais para o sucesso da apresentação. Basta considerar fatores importantes, como confiança, qualidade, clareza e organização. Não sabe exatamente como fazer isso? Andersen (1999), listou:

- Confiança do orador: o orador deve estar confortável e se conectar facilmente ao público. Se um orador agir desconfortavelmente ou com nervosismo, a apresentação não está indo bem. No entanto, se o palestrante facilmente faz contato visual, convida a participação do público e o deixa à vontade, esse aspecto da apresentação é um sucesso.
- Qualidade das informações apresentadas: o orador deve fornecer detalhes suficientes para apoiar o ponto da apresentação, mas não muitos detalhes desnecessários que possam confundir ou entediar o público.
- Nível de clareza: o orador deve ser capaz de transmitir facilmente o argumento que ele está tentando fazer. O vocabulário deve ser fácil de entender e todas as palavras devem ser ditas de maneira clara e fluente.
- Nível da organização: toda apresentação deve ter algum tipo de estrutura e organização, formal ou informal. Coisas simples, como garantir que haja introdução e conclusão adequadas, podem ajudar bastante a tornar a apresentação um sucesso.

Andersen (1999) destaca que pode ser necessário avaliar uma apresentação antes de apresentá-la ao público. Portanto, a melhor coisa a fazer depois de concluir a apresentação é consultar uma equipe de revisão para revisar a apresentação antes do dia da apresentação.

Avaliar a apresentação antes de realizá-la é muito benéfico para fornecer a apresentação eficiente e a avaliação depois da mesma; isso também auxilia áreas que precisam ser aprimoradas e você pode trabalhar com elas. Esse processo ajuda a tornar o apresentador mais confiante enquanto faz sua apresentação. É importante que você se concentre nos principais detalhes para não deixar de fora nada de importante.

## TEMA 4 – AUTOAVALIAÇÃO

A autoavaliação, conforme Goleman (2011), também chamada de *revisão de desempenho*, consiste em uma avaliação dos pontos fortes e fracos de uma pessoa. Quando as pessoas concluem autoavaliações, geralmente são



solicitadas a identificar realizações das quais se orgulham, casos em que atingiram ou excederam seus objetivos, exemplos de como expandiram seu conjunto de habilidades e áreas em que podem precisar aprimorar habilidades.

De acordo com Borod (2000), geralmente essas avaliações cobrem um período específico de análise de desempenho, como um trimestre ou um ano. O autor listou algumas perguntas para auxiliar nesse processo:

- Como você acha que foi?
- O que você poderia ter feito de diferente para torná-lo melhor?
- O que você fez e que tem orgulho em realizar?
- O que você aprendeu com a preparação e apresentação?
- O que você mudaria na próxima vez?

Em relação às apresentações, no que diz respeito à autoavaliação, Borod (2000) e Goleman (2011) trazem alguns itens levantados na lista de verificação apresentada no Quadro 6, que o apresentador pode usar para ter uma visão mais clara sobre sua apresentação.

Quadro 6 – Itens para autoavaliação

	SIM	NÃO
Minha introdução forneceu as informações básicas necessárias.		
As ideias principais da minha apresentação foram claras e organizadas.		
Minha conclusão resumiu os principais pontos da apresentação.		
Os recursos visuais foram aprimorados e impactaram minha apresentação.		
Minhas anotações continham apenas palavras-chave e não li todo o texto.		
Minhas respostas às perguntas foram satisfatórias e convincentes.		
Mantive um bom contato visual com meus colegas o tempo todo.		
Meus gestos eram naturais.		
Minha voz era forte, clara e vibrante.		
Segui a exigência de tempo		

Fonte: Elaborado com base em Borod, 2000, e Goleman, 2011.

Essa lista se assemelha aos pontos levantados no Quadro 5. A harmonia entre os dois é importante porque o apresentador precisa estar ciente dos pontos levantados por outras pessoas, uma vez que, por exemplo, é difícil para uma pessoa conseguir identificar seus próprios erros de linguagem.

Beck et al. (2004) destacam que fazer uma autoavaliação é difícil; apontar nossas falhas geralmente é um exercício bastante constrangedor. Você deve





analisar a autoavaliação como a parte da sua revisão, na qual você pode dar sua própria perspectiva sobre o seu desempenho e fornecer mais informações. Os autores citam que você deve pensar sobre quais são seus objetivos e como está se saindo com eles bem antes do ciclo de revisão. Mas se você estiver próximo do ciclo, Beck et al. (2004) listam algumas coisas que devem ser consideradas antes de realizar essa autoavaliação.

- **Descubra o que você realmente pensa:** o primeiro passo é descobrir como você realmente se sente sobre seu desempenho sem a pressão de apresentar esses pensamentos em um contexto profissional. Tente registrar um diário ou conversar com um amigo sobre seu desempenho. Sinta-se à vontade para fornecer a ele o tipo de contexto que você pode hesitar em fazer numa revisão, já que, às vezes, esse tipo de coisa pode parecer arrogante ou defensiva. A criação dessa versão não filtrada ajudará a entender como ela se apresenta e a editar adequadamente.
- **Analise seus objetivos e feedback da revisão anterior e como você se saiu com relação a eles:** se você e sua equipe definiram metas um pouco antes da revisão, você deve voltar e revisar sua performance em relação a elas. Para a revisão, pense em como as metas basicamente igualam as expectativas. Você atendeu, excedeu ou deixou de atender às expectativas?
- **Analise os feedbacks das avaliações realizadas:** reserve um momento para olhar e revisar os comentários sobre sua apresentação. O que eles destacaram? Lembre-se de mencionar esses aspectos em sua autoavaliação. O que eles elogiaram? Lembre-os dessas qualidades e realizações. O que eles deram como feedback construtivo? Fale sobre como você cresceu nesse aspecto do seu trabalho.

#### 4.1 Atividade para autoavaliação da ansiedade

Goleman (2001) propôs uma atividade para autoavaliação da ansiedade:

- **Objetivo:** analisar sua performance quando deve apresentar um discurso.
- **Tempo:** 10 minutos.
- **Instruções:** revise a autoavaliação da ansiedade da fala; identifique suas próprias preocupações em cada área.



## Quadro 7 – Autoavaliação da ansiedade

Marque um X para os sintomas que você sente antes de fazer um discurso	
	Aperto no peito.
	Boca seca.
	Palmas das mãos úmidas.
	Dor de estômago ou náusea.
	Falta de ar.
	Palpitação.
	Tontura.
	Outros _____

Seu nível de ansiedade pode ser classificado utilizando a seguinte escala:

## Quadro 8 – Escala de ansiedade

0	1	2	3	4	5
Sem ansiedade	Nervosismo simples	Preocupação	Ansiedade constante	Medo esmagador	Doença física

- Se você não marcou nenhum item quer dizer que não passa por nenhum tipo de ansiedade.
- Se você assinalou um item, é normal um nervosismo simples antes da apresentação
- Se você marcou dois itens da lista, configura preocupação com o que vai acontecer, mas à medida que apresenta isso passa.
- Se você assinalou três itens, é uma ansiedade constante, algo que não faz bem e vai impactar na sua apresentação.
- Se você marcou quatro itens, configura como medo esmagador; se estiver sentindo tudo ao mesmo tempo, é provável que não consiga apresentar de forma eficiente e fornecer a mensagem que gostaria de passar.
- Agora, se você preencheu cinco itens, pode ser um nível de ansiedade extremamente elevado, como uma característica de doença física; nesse caso é importante procurar auxílio.

Quaisquer que sejam as fontes de sua ansiedade, existem etapas que podem ser seguidas para reduzir nervosismo e para controlar sua apresentação:

- Fazer uma preparação antecipada.
- Praticar e visualizar a apresentação.
- Conectar-se com o público antes de iniciar a apresentação.
- Converter o nervosismo em energia positiva.
- Manter senso de humor.



- Estar ciente de que não existe apresentação perfeita.
- Perceber que o público deseja que o apresentador seja bem-sucedido.
- Saber que é bom fazer uma pausa para reunir pensamentos.

#### Quadro 9 – Técnicas pós-autoavaliação da ansiedade

<b>Preparação</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conheça seu público.</li><li>• Visualize o local, se possível.</li><li>• Faça sua pesquisa e conheça os fatos.</li><li>• Considere os problemas emocionais da sua mensagem.</li><li>• Antecipe as perguntas que você pode fazer e prepare as respostas.</li></ul>
<b>Prática</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apresente o discurso em voz alta, para si mesmo, até que esteja completamente familiar.</li><li>• Leia o discurso em frente a um espelho.</li><li>• Aproveite todas as oportunidades para falar em voz alta, para que você se torne mais confortável.</li></ul>
<b>Aceitação e Relaxamento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aceite seu nervosismo como normal.</li><li>• Aceite que você possa falar errado durante sua apresentação e corrija-se imediatamente, sem problemas.</li><li>• Use técnicas de relaxamento, como alongamento, músculo tenso e relaxante, respiração profunda, alinhamento do corpo, escolher conscientemente deixar ir à tensão, visualizar uma apresentação eficaz.</li></ul>

Fonte: Elaborado com base em Goleman, 2001.

Lembre-se que já trabalhamos algumas técnicas de regulação do estresse.

## 4.2 Atividade de briefing

Goleman (2001) propôs a atividade de briefing para a apresentação oral, que consiste na reunião de um conjunto de informações ou uma coleta de dados passados sobre o desenvolvimento do seu trabalho.

- **Objetivo:** praticar a preparação e entrega de um briefing para apresentação oral.
- **Instruções:** prepare um briefing ou outra apresentação oral utilizando as tabelas instrucionais; faça a apresentação e peça a um amigo ou colega observar e dar um feedback usando a lista de verificação fornecida; revise o feedback do observador, identifique pontos fortes e melhorias necessárias e desenvolva estratégias de melhoria.



## Quadro 10 – Plano de apresentação (briefing)

Tópico da apresentação:	
Ocasão/evento e objetivo:	
Público (tamanho, características):	
Tamanho do local:	
Equipamentos disponíveis:	
Restrições de tempo:	
Desenvolva a apresentação	
Tipo de apresentação <input type="checkbox"/> Informativa <input type="checkbox"/> Motivacional <input type="checkbox"/> Combinação	
Descreva a apresentação, incluindo os principais pontos para a introdução, principais mensagens e sequência de ideias.	
Quais informações, pesquisas ou especialistas são necessários para apoiar sua mensagem?	
Escreva sua apresentação	
Introdução	
Desenvolvimento	
Conclusão	
Salve e faça backup	
Prepare-se para a apresentação	
Pratique a apresentação em voz alta, usando um espelho, se possível. Grave suas sessões de treinos, analise criticamente seu desempenho e identifique necessidades e melhorias. Use estratégias pessoais para controlar seus nervos, conforme necessário. Continue praticando!	
Faça sua apresentação	
Peça a um amigo ou colega para observar sua apresentação e fornecer feedback usando a lista de avaliação ou outra que você desenvolver.	
Identifique estratégias para melhorar suas habilidades de apresentação, após a apresentação analise o feedback do observador e resuma.	
Forças	
Áreas para melhoria	
Estratégias para melhorar habilidades de apresentação	

Fonte: Elaborado com base em Goleman, 2001.

## TEMA 5 – FEEDBACK

Andersen (1999) defende que o feedback pode ser definido como um processo no qual o efeito ou a saída de uma ação é retornado para modificar a próxima ação. O feedback é essencial para funcionamento e sobrevivência de todos os mecanismos reguladores encontrados em toda a natureza viva e não viva, e em sistemas criados pelo homem, como sistema educacional e economia.

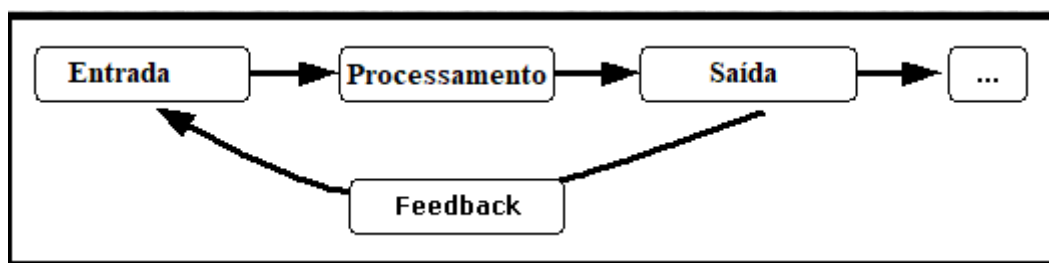
A exemplo de um fluxo bidirecional, o feedback é inerente a todas as interações, seja de humano para humano, de humano para máquina ou de



máquina para máquina. Em um contexto organizacional, é a informação enviada a uma entidade (indivíduo ou grupo) sobre seu comportamento anterior, para que a entidade possa ajustar seu comportamento atual e futuro a fim de alcançar o resultado desejado.

Austin e Aitchison (2006) citam que o feedback ocorre quando um ambiente reage a uma ação ou um comportamento. Por exemplo, feedback do cliente é a reação aos produtos e às políticas de uma empresa e feedback operacional é a informação gerada internamente sobre o desempenho de uma empresa. A resposta a um estímulo (como críticas ou elogios) é considerada um feedback apenas se provocar mudança no comportamento do destinatário.

Figura 5 – Feedback



Fonte: Austin e Aitchison, 2006, p. 32.

Dar e receber feedback faz parte do processo de comunicação e permite que os palestrantes saibam que os ouvintes receberam e entenderam a mensagem. Andersen (1999) defende que como orador você recebe feedback sobre como os outros percebem sua mensagem. Como ouvinte, você pode melhorar a comunicação fornecendo feedback, como assentir se você entender a mensagem, parafraseando para certificar-se de que está interpretando corretamente e fazendo perguntas se precisar de mais informações. Você também fornece feedback quando outras pessoas solicitam que você avalie uma ideia, um evento ou documento.

Para minimizar a atitude defensiva em seu ouvinte, Borod (2000) cita que é importante incluir observações positivas nos seus comentários. Isso permite que a outra pessoa saiba que você está sendo justo e tem uma opinião equilibrada de seu desempenho. Também os ajuda a ouvir sua mensagem de forma mais construtiva. Além disso, os autores defendem que o indivíduo deve ser diplomático; o tato é a capacidade de agir ou falar de maneira a manter boas relações com os outros ou evitar ofender. Ao fornecer feedback, considere o



conteúdo e a probabilidade de o ouvinte recebê-lo. Procure fazer perguntas e permita que seu colega faça sugestões para melhorias.

Em vez de comunicar uma mensagem negativa ou crítica quando estiver carregado de emoção, Goleman (2011) defende que você deve aguardar até estar calmo e, assim, ver a mensagem mais objetivamente. Evite fazer comentários que seu público possa aceitar como pessoais. Seu objetivo é corrigir problemas e melhorar o desempenho, e não atribuir culpa. Além disso, evite mensagens baseadas em você ao oferecer feedback crítico. Em vez disso, use as palavras **eu** ou **nós** em suas frases, que expressam como você se sente sem atacar ou culpar.

Figura 6 – Exemplos de feedbacks positivos e negativos

POSITIVOS	NEGATIVOS
Identifique seus critérios e objetivos	Você não deixou tempo para perguntas e não forneceu maneiras de contato
Ouçã ativamente e completamente, Aceite o feedback do seu ouvinte	Interrompeu o comentário de algum participante
Ande pela sala enquanto fala que todos possam ver e ouvir você.	Não cuidou da sua linguagem corporal

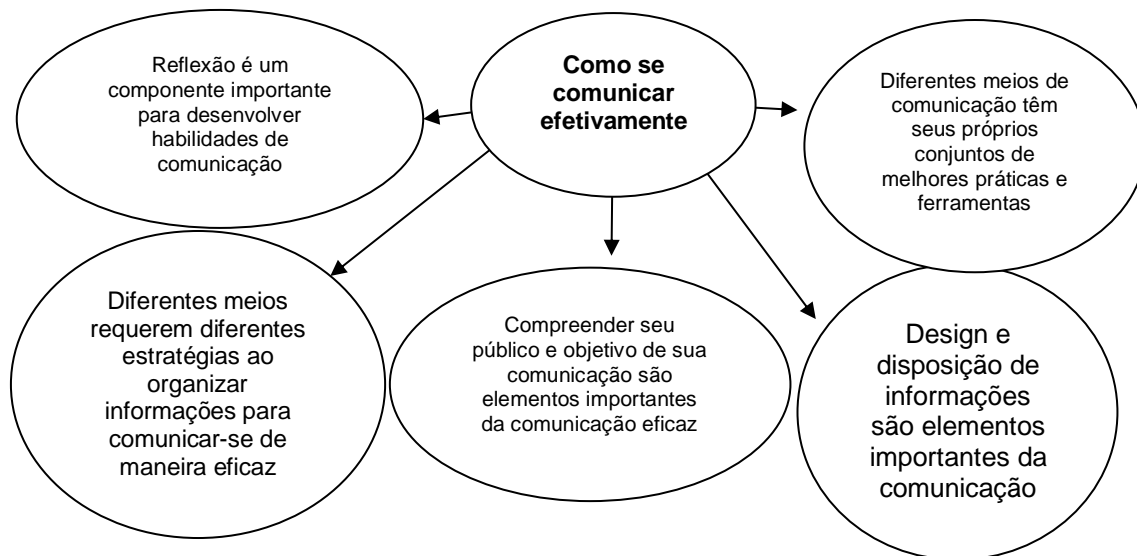
Fonte: Elaborado com base em Goleman, 2011.

Beck et al. (2004) indicam que você deve oferecer soluções em vez de identificar problemas ou fraquezas. O feedback construtivo inclui recomendações e alternativas baseadas nos pontos fortes do ouvinte. Considere onde e quando você aborda alguém para oferecer feedback, especialmente se a mensagem for negativa. Envie feedback em um local neutro e privado; não confronte alguém na presença de outros, pois isso pode embaraçoso; escolha um horário que minimize a interrupção no dia do seu ouvinte.

Os autores destacam que é importante permitir que outras pessoas discordem de você; depois do feedback esteja preparado para ouvir e o faça com a mente aberta e aprenda o que você pode partir desse feedback. Evite interpretar discordâncias ou comentários críticos como ataques pessoais (Beck

et al., 2004). Identifique o que você tem em comum, faça perguntas que busquem soluções ou alternativas e adquira uma solução justa em que ambos concordem.

Figura 7 – Como se comunicar efetivamente



Fonte: Elaborado com base em Beck et al., 2004

Conforme estudamos, nos comunicamos além das palavras: quando interagimos com alguém, pois nosso corpo tem uma linguagem própria: o modo como nos sentamos, os gestos que fazemos, a maneira como falamos, quanto contato visual fazemos, todas as formas não verbais de comunicação que afetam as mensagens que nossas palavras estão enviando.

Nossas mensagens verbais são comunicadas pelas palavras que usamos. A mensagem verbal é obviamente parte importante de nossa comunicação, mas a maneira como nos comunicamos de maneira não verbal é igualmente importante, portanto, devemos analisar os seguintes itens:

- Tom de voz.
- Taxa e volume da fala.
- Como articulamos nossas palavras.
- Ritmo, entonação e estresse colocados nas palavras.
- Expressão facial.
- Quantidade de contato visual.
- Gestos/toques.
- Linguagem corporal e postura.



Às vezes enviamos sinais não verbais confusos ou negativos sem saber que essas coisas podem comprometer nossa capacidade de comunicação eficaz. A capacidade de usar adequadamente a linguagem pode criar confiança e transparência e, portanto, pode ter influência poderosa na qualidade de nossos relacionamentos pessoais e profissionais.

## **FINALIZANDO**

As apresentações fazem parte da nossa vida, tanto no âmbito pessoal como profissional. Nesse sentido, é de fundamental importância realizar as técnicas de autoavaliação, pois elas influenciam positivamente na comunicação e interação. O feedback é uma parte vital do conjunto de habilidades; não apenas dar feedback, mas também recebê-lo é essencial para o compartilhamento eficiente de informações entre equipes e grupos. O feedback construtivo é uma ferramenta robusta para criar um ambiente saudável, aumentar produtividade, engajamento e alcançar melhores resultados. Aprender que existe o feedback negativo também é essencial, seja para fornecer ou para interpretar e incorporar nas relações estabelecidas.





## REFERÊNCIAS

- AGRAWALA, G. et al. **Phrasing techniques for multi-stroke selection gestures**. Proc. Graphics Interface (GI), 2006.
- ANDERSEN, P. A. **Nonverbal communication**: Forms and functions. Mountain View, CA: Mayfield, 1999.
- AUSTIN, M; AITCHISON, J. **Tem alguém aí?** As comunicações no século XXI. 1. ed. São Paulo: Nobel, 2006.
- BARBOUR, A. **Louder than words**: nonverbal communication. Publisher: Columbus, Ohio: Merrill, 1976.
- BECK, A. T.; FREEMAN, A.; DAVIS, D. D. **Cognitive therapy of personality disorders**. 2. ed. New York: Guilford Press, 2004.
- BERLO, D. K. **O processo da comunicação**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1972.
- BOROD, J. **The neuropsychology of emotion**. New York: Oxford University Press, 2000.
- BOWLBY, J. **Attachment and loss**. v. 1. New York: Basic Books, 1969.
- CARNEGIE, D. **Public Speaking for sucess**. Pequin group, 2006.
- CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional**: a dinâmica do sucesso das organizações. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- GOLEMAN, D. **Inteligência emocional**. Tradução: SANTARRITA, M. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011. recurso digital.
- KHOSROW-POUR, M. **Managing Information Resources and Technology: Emerging Applications and Theories**: Emerging Applications and Theories. IGI Global, 2013.
- LEE, J. H. **Handling digital images for publication**. v. 1, p. 58-61. Sci Ed, 2014.
- MANOVICH, L. **The Language of New Media**. MIT Press, Cambridge, 2001.
- MEADOWS, M. S. **Pause & Effect**: The Art of Interactive Narrative. Pearson Education, 2002.