



# VISUALIZAÇÃO DE DADOS E *STORYTELLING*

AULA 4



Profª Vívian Ariane Barausse de Moura



## CONVERSA INICIAL

Quando se trata de falar, é preciso saber que existem diferentes tipos de apresentação, porque não falamos da mesma maneira quando fazemos uma apresentação política, falamos com o conselho da empresa, conversamos com nossos cônjuges ou com amigos.

Em cada apresentação queremos obter efeitos diferentes. Às vezes queremos mover as pessoas em alguma direção, às vezes apenas desejamos informar, transmitir algumas informações de certo modo, dependendo do efeito que queremos alcançar. Em outras palavras, dependendo de quem é nosso público-alvo e qual é nosso objetivo, escolhemos o tipo de fala e, com isso, modificamos ainda mais nossa fala e adaptamos às circunstâncias. Na retórica antiga de Aristóteles, Cícero e Quintiliano três tipos de fala são descritos: político ou consultivo, tribunal e demonstração e discurso louvável ou repreensível festivo. Essa divisão tem base na relação entre objeto de fala e ouvinte.

Nesta aula, não vamos abordar a divisão antiga, mas quando conhecemos a divisão da fala, que tipos de discurso existem e como nos relacionamos para diferentes tipos de apresentação? Por que falamos sobre diferentes tipos de discurso? Não deveria ser que o discurso seja apenas um discurso, em qualquer situação que nos encontramos, é só isso? Claro que não é assim tão simples. Existem diferentes tipos de discurso em relação às nossas apresentações e ao que queremos alcançar com isso, ao ambiente em que a apresentação ocorre; quem será o público e quais os recursos que utilizaremos para atingir nosso objetivo. Neste sentido, a estrutura da nossa aula será:

- Tema 1 – Os Recursos da Apresentação
- Tema 2 – Comunicação Verbal
- Tema 3 – Comunicação Não Verbal
- Tema 4 – Explorando a Comunicação Verbal
- Tema 5 – Explorando a Comunicação Não Verbal

## TEMA 1 – OS RECURSOS DA APRESENTAÇÃO

De acordo com Austin e Aitchiso (1999), falar é uma das habilidades menos praticadas e mais negligenciadas. Apesar de sua importância no cotidiano das pessoas atividades e interações sociais, muitas vezes há mais



ênfase nas habilidades receptivas. O conceito de falar é, portanto, mais ou menos confinado à compreensão do que é falado.

Berlo (1972, p. 104-105) enfatiza que “aprender a falar é um processo longo e complexo” e “é alcançado com mais eficácia praticando”. Portanto, apresentações orais são uma maneira eficiente de praticar escrita, fala e escuta. Para sua realização, são pertinentes o auxílio de ferramentas como os recursos tecnológicos que podem ser utilizados com dois propósitos significativos: o de trazer mudanças no contexto da apresentação, que por sua vez quebram a monotonia e adicionam um novo propósito para utilização das tecnologias, sendo necessário conhecer o uso dos recursos tecnológicos avançados para ajudá-los a transmitir suas mensagens; e o impacto positivo da extraordinária e rápida disseminação da internet ao melhorar positivamente a aprendizagem e a aquisição de diversos recursos.

Pode ocorrer de o indivíduo ter conhecimento limitado ou nenhum conhecimento. Um exemplo bem comum é o preparo da apresentação usando *slides* nos *softwares* específicos de apresentação, como o PowerPoint, e utilizando retroprojeto ou outro equipamento associado que esteja disponível. Em geral, *slides* devem incluir pontos importantes sobre a apresentação. “As apresentações orais que usam recursos visuais são mais persuasivas, mais interessantes, mais credíveis e mais profissionais – ou seja, mais eficazes – do que apresentações sem esses auxílios” (Chiavenato, 2010, p. 67)

Em outros contextos, de acordo com Austin e Aitchison (2006), essa tecnologia pode não ser acessível. Nesses casos, a preparação das apresentações orais é feita em papel e transmitida só a partir da leitura. Como alternativa, o apresentador pode preparar seus principais tópicos em um pedaço de papel separado e entregar uma cópia a cada indivíduo do público ou uma cópia que seja compartilhada entre pares ou pequenos grupos.

D'Ambrozio (2011) enfatiza que as apresentações orais podem ser organizadas de diferentes maneiras: individualmente, em pares ou em grupos. Isso pode depender do tamanho da classe, do tópico, das metas e dos objetivos que o apresentador quer alcançar. Considerando que trabalhar individualmente fornece autonomia e privacidade, trabalhar em pares ou grupos é altamente produtivo e tem a colaboração e do trabalho em equipe. Segundo o autor, as apresentações orais ajudam a integrar habilidades linguísticas, que são todas igualmente essenciais e importantes na transmissão da mensagem. Enquanto o

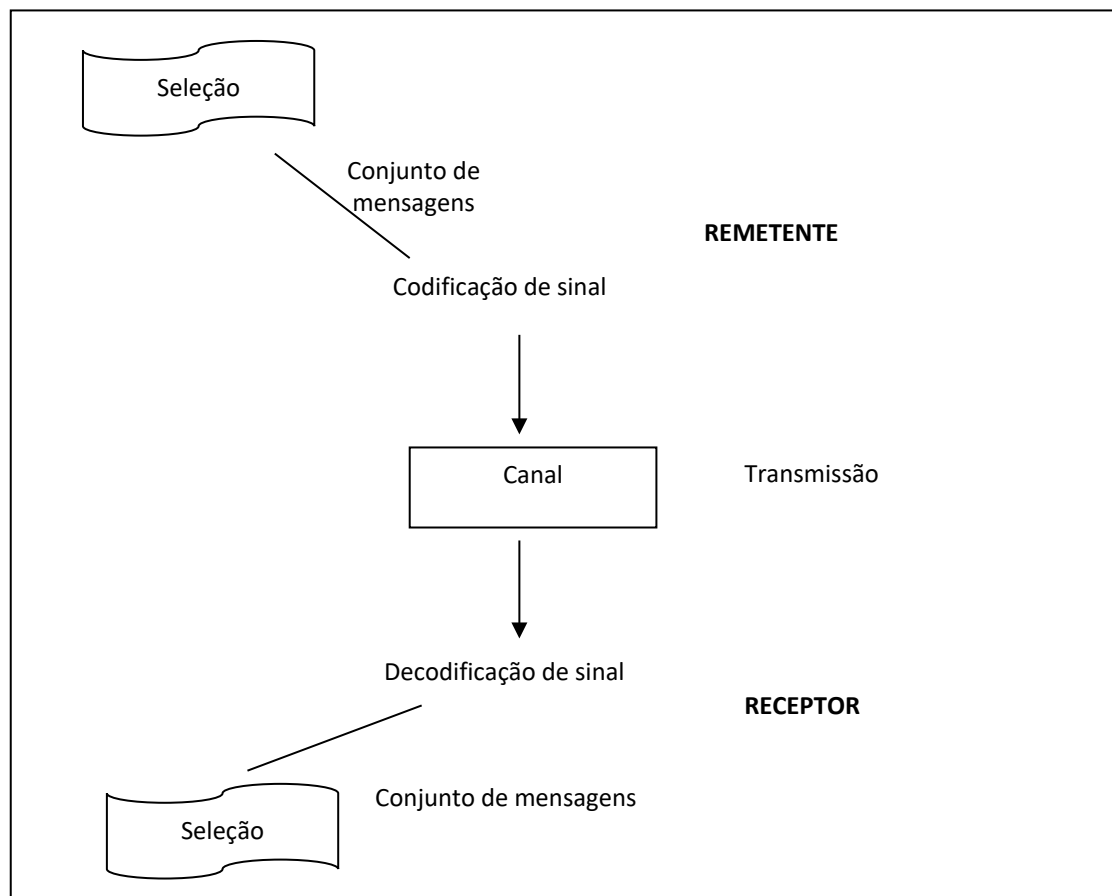


apresentador estiver apresentando seu trabalho com um retroprojeto, por exemplo, todo mundo está lendo as notas que aparecem nos *slides*, ouvindo a palestra e possivelmente anotando informações para fazer perguntas sobre o tópico ao apresentador.

Manovich (2001) defende que a razão pela qual a comunicação humana é tão poderosa está ligada não apenas à linguagem, mas também ao fenômeno da empatia comunicativa. Quando a comunicação falhar, as causas podem ser encontradas no sinal ou canal de transmissão que liga o remetente e o receptor. Mas é importante reconhecer que eles também podem derivar ação do remetente em *entender o ponto de vista do receptor*, adaptar-se a ele de forma construtiva e de acordo com seus objetivos comunicativos.

À medida que interagimos, Diaz Bodernave (1995) defende que fazemos vários gestos vocais e audíveis, outros padrões não vocais de contato e movimentos oculares do rosto e do corpo. Intencionais ou não, esses comportamentos carregam grande significado comunicativo, como um modelo padrão de comunicação, conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Modelo padrão de comunicação



Fonte: elaborado com base em Diaz Bodernave, 1995.



Para ilustrar, Diaz Bodernave (1995) sugere analisar uma estrutura simples, em uma situação envolvendo o jogo de xadrez. Imagine um dia chuvoso e dois jogadores comunicando seus movimentos por telefone. Esse jogo hipotético ilustra alguns aspectos gerais de qualquer processo de comunicação, há um remetente e um receptor, o sinal que é transmitido por um canal.

É importante observar que para uma comunicação bem-sucedida, remetente e receptor precisam ter algo em comum, como um quadro de referência, no caso do jogo de xadrez. Isso significa que ambos devem conhecer as regras do jogo, e que ambos devem saber como descrever seus movimentos de alguma forma, digamos em termos de letras e números: *preto move o bispo de A5 para C7*. Em outras palavras, devem ter a mesma convenção para sinais de codificação e decodificação. Esse conhecimento compartilhado, ou mutualidade, é a chave para uma comunicação bem-sucedida.

A comunicação é um tema abrangente. Inclui formas de comunicação verbal, como fala, linguagem escrita e linguagem de sinais; compreende modos não verbais que não invocam a abordagem da fala propriamente, mas que, no entanto, constituem aspectos extremamente importantes de como nos comunicamos (Jackson; Trochim, 2002).

Figura 2 – Modos de comunicação

	VOCAL	NÃO VOCAL
VERBAL	Discurso	Placa Escrita Língua
NÃO VERBAL	Choro, riso, etc.	Expressão facial Linguagem corporal

Fonte: Jackson; Trochim, 2002.

Obviamente, os modos de se comunicar envolvem recursos que podem ser tecnológicos no contexto das comunicações eletrônicas, como comunicação verbal e eletrônica mais focada na voz humana e na estrutura da mensagem; comunicação eletrônica audiovisual que funciona por meio da cooperação de imagens e sons, palavra e música, ruído e silêncio; e comunicação eletrônica textual, mais frequentemente condicionada pela tecnologia de computador, celular, smartphones, tablets. De acordo com as mídias que usamos e suas características, é necessário adaptar nosso discurso.



## TEMA 2 – COMUNICAÇÃO VERBAL

De acordo com Andersen (1999), o senso comum nos diz que um tópico como a comunicação verbal deve ser uma preocupação central em relação à comunicação e direcionada ao estudo da linguagem. Em um nível puramente descritivo, a comunicação verbal é, sem dúvida, a forma mais abrangente de comunicação nas sociedades humanas. Pelo menos é assim se olharmos não apenas nos raros casos de eventos e processos de comunicação *somente verbais* (se eles existem), mas se considerar a enorme variedade de formas predominantemente verbais de comunicação é ainda maior a gama de fenômenos de comunicação em que a linguagem pode ser mostrada para desempenhar papel direta ou indiretamente. Ao abordarmos a comunicação, portanto, é preciso lidar com questões de uso da linguagem.

A comunicação verbal é um tipo de comunicação oral em que a mensagem é transmitida por palavras faladas. Nesta, o remetente expressa sentimentos, pensamentos, ideias e opiniões na forma de discursos, discussões, apresentações e conversas. Na Tabela 1 são elencados usos apropriados para a comunicação verbal.

Tabela 1 – Uso apropriado para comunicação verbal

Objetivo:	Uso falado	Uso escrito
Receba uma resposta imediata	x	
Parabenize um colega	x	
Verifique se seu público interpreta sua mensagem corretamente	x	
Negocie com outras pessoas para construir um consenso	x	
Minimize os mal-entendidos ao fornecer informações	x	
Permita que seu público faça perguntas para esclarecer informações	x	
Promova uma relação de trabalho próxima ou amigável	x	
Mantenha um registro da comunicação		x
Economize tempo ao fornecer uma resposta		x
Evite interromper seu colega		x
Entregue uma mensagem formal		x

Andersen (1999) destaca que a eficácia da comunicação verbal depende do tom do interlocutor, da clareza da fala, do volume, da velocidade, da linguagem corporal e da qualidade das palavras usadas na conversa. No caso



da comunicação verbal, o feedback é imediato, pois há transmissão e recebimento simultâneos da mensagem pelo remetente e destinatário, respectivamente.

O remetente deve manter seu tom de voz alto e claramente audível para todos e deve projetar o assunto, mantendo o público-alvo em mente. O remetente deve sempre verificar com o destinatário para garantir que a mensagem seja entendida absolutamente da mesma maneira como foi planejada. Essa comunicação é mais propensa a erros, pois às vezes as palavras não são suficientes para expressar sentimentos e emoções de uma pessoa (Andersen, 1999). Para Meadows (2002) o sucesso da comunicação verbal depende não apenas da capacidade de falar de um indivíduo, mas também das habilidades de escuta. A eficácia com que um indivíduo ouve o assunto decide a eficácia da comunicação. A comunicação verbal é aplicável no tipo formal e informal de situações.

Considerando que a preparação da fala é um tema muito importante, toda apresentação é efetivada a partir do discurso e este é algo vivo que se adapta ao momento, às reações do público, à energia dos ouvintes e do orador, às circunstâncias externas e de outros fatores. Por isso não podemos considerar as descrições anteriores como características imutáveis dos discursos apresentados, que devem exclusivamente procurar uma maneira e só ser faladas dessa maneira.

Em circunstâncias diferentes, em cada um dos tipos de fala, teremos a necessidade de usar certos recursos que caracterizam outros tipos de fala mais do que o tipo que estamos habituados atualmente com o objetivo de encontrar a melhor maneira de alcançar nosso público e o efeito desejado. Meadows (2002) destaca os quatro tipos de discurso:

- **Discurso de apelo à ação:** características desse tipo de discurso são de fala mais enérgica, seguida de gestos maiores, aumento do tom, geralmente mais rápido ou tempo variável de soletrar as palavras e similares, porque encorajamos diretamente nossos ouvintes a fazer algo ou tomar uma decisão imediatamente.
- **Discurso informativo:** parece completamente diferente do anterior, seguido por um ritmo mais suave e um pouco mais lento, que é mantido o tempo todo, porque então conversamos como anunciantes de televisão que leem as notícias; o tom da voz não é muito forte ou barulhento. Esse



tipo de fala não é refletido por uma apresentação muito enérgica, porque na verdade só transmite informação.

- **Discurso para persuadir:** é acompanhado por maior proximidade com o público, de preferência maior proximidade física, mais silencioso, tom de voz, abordando o seu interior do ouvinte e suas emoções. Às vezes você pode usar um tom um pouco mais forte, mas certamente não tão forte quanto no discurso de apelo à ação, porque convencer os outros não pode ser feito com discurso turbulento que pode ter tendência de indiretamente atacar o ouvinte, mas com discurso que cria reação positiva, entusiasmo e confiança. Quando queremos convencer alguém, precisamos estar perto desse ouvinte ou grupo de ouvintes; então falamos de maneira que essa persuasão parece, por assim dizer, meio meditativa, de modo que o tom do discurso quase se pareça com hipnose. De fato, o discurso que convence os ouvintes a algo tem de relaxar o mesmo público, porque somente quando eles estão relaxados, são submissos a aceitar nossas sugestões – o que certamente não farão se estiverem tensos.
- **Discurso comemorativo:** realizado em inauguração, fala na abertura de um objeto, exposições, expositivos. Esse tipo de discurso é completamente diferente dos três tipos de fala anteriores e pela regra específica aqui destaca-se que a retórica ou o falar em público por si só, tem certas regras – é claro que as mesmas regras se aplicam a quase todos os tipos de discurso e a todas as situações, exceto para esse tipo de discurso. Aqui temos algo um pouco diferente dos outros três tipos de fala, e não diferentes em termos de energia, ritmo, tom etc., porque quase sempre podemos escolher o que queremos, mas diferente em apenas um detalhe técnico, e é assim que se prepara esse discurso.

Embora existam várias divisões, espécies e subespécies de fala, como palestras informativas, demonstrativas, persuasivas, divertida, debate, narrativa, drama, poesia, entre outras, os quatro tipos de discurso destacados são os mais frequentemente utilizados nos negócios e nas empresas.

## 2.1 Discurso improvisado

Às vezes ouvimos algumas pessoas dizerem, ou talvez nós mesmos pensemos isso: “Sabe, eu gosto de falar de improviso, de falar improvisado”. Nessa frase, Meadows (2002) pontua que há coisas completamente diferentes,





embora talvez à primeira vista não pareça. Ter um *discurso improvisado* e *falar improvisado* são situações distintas.

Com o objetivo de aprender sobre os recursos para nos comunicarmos, devemos observar que o somente o termo *falar* é diferente de *falar em público*, pois essa é uma ação que inclui todo um processo. Portanto, nesse caso, equiparamos o termo *discurso* ao termo *falar em público*. Assim, quando alguém diz “Preparei um discurso”, isso não significa que preparou exatamente as palavras que falará, a maneira como as pronunciará, mas o discurso como um todo (Meadows, 2002).

Também é possível encontrar a expressão *discurso improvisado*, que geralmente descreve o ato de improvisação – diferentemente dos tipos de fala espontânea, quando as circunstâncias estão relacionadas ao discurso que não pode ser preparado com antecedência, nem sabíamos com antecedência. Além disso, pode ocorrer de não haver tempo para preparar seu discurso; isso não é frequente, mas às vezes na vida empresarial isso acontece quando você é solicitado a fazer um desses discursos (Chiavenato, 2010). Quando sabemos com antecedência, nos preparamos, mas a questão é se estaremos prontos para uma apresentação improvisada. Então, quando abordamos a possibilidade de fazer um discurso de improviso, é certamente possível, mas não é recomendado.

Para Meadows (2002, p. 56), um “conselho básico é nunca, em qualquer situação, não na frente de nenhum público, em nenhum momento, mantenha um discurso improvisado”. Em cada uma das suas apresentações, não importa com qual dos quatro tipos de discursos mencionados, ou nas suas subversões, é preciso ter preparo adequado, analisando quem está na plateia e quais são as circunstâncias, o tipo de discurso, a meta e coisas do gênero.

Por outro lado, temos o termo a *fala improvisada*, ou seja, o processo de explorar novas palavras durante uma apresentação já realizada, mas Meadows (2002) ressalta que toda vez que for apresentar é necessário se preparar, ainda mais se for o mesmo discurso ou palestra, dependendo de quem é seu público, qual é a situação e quais são as novas circunstâncias do discurso.

Andersen (1999) defende que em alguns casos pode ser suficiente apenas ajustar e adaptar o discurso como um todo, ou parte uma pequena, em comparação com os parâmetros usuais de um discurso ou de seu conteúdo, a fim de maximizar o efeito desse discurso com o novo público. Por outro lado, enquanto falamos somos livres para improvisar, para falar espontaneamente.



Mas para isso é necessário conhecer as estruturas do discurso, a direção que o discurso tomará e a sequência de tópicos – o que não significa que precisamos preparar e escolher as palavras e frases exatas que diremos na hora certa, nem significa que diremos a sequência exata de palavras e frases exatamente como imaginávamos ao preparar o discurso.

Devemos projetar e preparar nosso discurso e tentaremos seguir a ideia básica, mas isso não significa que devemos tentar falar direito, na exata ordem. O que precisamos fazer é adaptar nossa fala, palavras que falamos, termos usamos, frases que vamos criar nesse ponto e adaptar tudo isso dependendo das circunstâncias atuais, da reação dos receptores, se alguém disse alguma coisa ou perguntou, se alguém entrou na sala e qualquer outra coisa que você possa imaginar que aconteça durante sua apresentação, além do que você simplesmente não pode prever.

Sinta-se livre para ter falas improvisadas, porque quando você fala improvisado parece mais natural. A fala em si parece muito mais natural, relaxada, sem tensão e pensando o que acontecerá a seguir. Mas ter uma conversa improvisada não significa manter um discurso improvisado. O discurso deve estar preparado para que o ato de falar possa ocorrer livremente.

Andersen (1999) relata que algumas pessoas quando preparam um discurso, podem pensar: “Bem, eu sei tudo sobre esse assunto, esse é meu trabalho, meu *hobby*, minha vida” ou algo como “Por que eu me prepararia para uma apresentação de um tema que eu domino”. É necessário entender o seguinte: você pode falar ou fazer um discurso sobre um tópico específico que conhece muito bem e então pode se dar a liberdade de falar espontaneamente sobre o assunto, mas independentemente disso, considerando a situação em que está e diante de seu público, é desejável preparar pelo menos certos segmentos do discurso, basicamente para conceber a estrutura da apresentação e seus conceitos básicos, para começar a introdução do discurso. Então, o ponto principal é o que você fala; importa que no final chegue à conclusão do discurso.

Praticamente há três pontos básicos no seu discurso para apresentar e resumir a estrutura de como ele deve ser preparado. Tudo o que ocorrer no meio da apresentação pode ser algo que você conheça na prática e o que você pode falar quase que infinitamente (Andersen, 1999). Claro, isso só é válido quando você domina o assunto, mas, ainda assim, use isso com muito cuidado e não com tanta liberdade e absolutamente nunca sem nenhuma preparação.



### TEMA 3 – COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL

A comunicação não verbal, também chamada por Andersen (1999) de *linguagem manual*, é o processo de envio e recebimento de mensagens sem uso de palavras faladas ou escritas. Semelhante à maneira como o itálico enfatiza a linguagem escrita, a comunicação não verbal pode enfatizar partes de uma mensagem verbal. De acordo com ele, o termo *comunicação não verbal* foi introduzido em 1956 pelo psiquiatra Jurgen Ruesch e pelo autor Weldon Kees no livro *Comunicação não verbal: notas sobre a percepção visual das relações humanas*.

Mensagens não verbais são reconhecidas há séculos como aspecto crítico da comunicação. Andersen (1999, p. 45) cita “o avanço da aprendizagem (1605), Francis Bacon observou que os lineamentos do corpo divulgam a disposição e a inclinação da mente em geral, mas os movimentos do semblante e das partes de divulgar o humor atual, o estado da mente e a vontade”. A comunicação não verbal é o processo de transmitir os significados sem usar palavras escritas ou faladas. Ou seja, qualquer comunicação feita entre duas ou mais pessoas por meio de expressões faciais, movimentos das mãos, linguagem corporal, posturas e gestos é chamada de *comunicação não verbal*.

Diferentemente da comunicação verbal, ajuda a estabelecer e manter os relacionamentos interpessoais, enquanto os verbais apenas ajudam na comunicação dos eventos externos. As pessoas usam formas não verbais para expressar emoções e atitudes interpessoais, realizar rituais como cumprimentos e promover a personalidade. Está presente na forma de sinais, nas expressões que adicionam significado sobre os verbais e ajudam as pessoas a se comunicarem com mais eficiência. De acordo com Andersen (1999), complementam o que é dito em palavras, como as pessoas acenam com a cabeça para reconhecer e movem as mãos para dar instruções. Às vezes os gestos não verbais atuam como barreira para a comunicação eficaz, pois o destinatário não consegue entender o que o remetente se está tentando dizer e pode interpretar incorretamente.

Portanto, é o uso de linguagem corporal, gestos e expressões faciais para transmitir informações a outras pessoas. Pode ser usada intencionalmente e não intencionalmente. Por exemplo, você pode sorrir sem querer quando ouve uma ideia ou informação agradável. A comunicação não verbal é útil ao tentar



entender pensamentos e sentimentos dos outros. Se eles estão exibindo uma linguagem corporal *fechada*, como braços cruzados ou ombros curvados, podem estar se sentindo ansiosos, zangados ou nervosos. Se estão exibindo uma linguagem corporal *aberta*, com os pés no chão e os braços ao lado ou na mesa, provavelmente estão se sentindo positivos e abertos à informação.

A comunicação não verbal define a distância entre os comunicadores e os ajuda a trocar seu estado emocional da mente. Além disso, regula o fluxo da comunicação. Por exemplo, um indivíduo pode emitir sinais para transmitir que terminou de falar ou que deseja falar. Andersen (1999) identificou algumas dimensões não verbais:

- Movimentos corporais, incluindo expressões faciais e contato visual.
- Vocal, que inclui volume, frequência, afinação e timbre.
- Aparência pessoal.
- Ambiente físico e artefatos ou objetos que o compõem.
- Proxemia ou espaço pessoal.
- Táticas ou toque.
- Cronêmica ou tempo (percepção do tempo e reação a ele).
- Sinais ou emblemas.

### 3.1 Dimensões da comunicação não verbal

Os parceiros de comunicação usam a comunicação não verbal para aumentar sua visibilidade e, assim, manter uma *presença*, que de várias maneiras se assemelha a uma performance dramática Andersen (1999) destaca alguns usos importantes da comunicação não verbal:

- **Movimento:** este é o processo no qual o corpo do falante se move de maneira simpática ou explicativa, com gestos corporais.
- **Embaraço:** evitar contato visual. O constrangimento pode precisar ser comunicado tanto pelos impotentes, impopulares e fracos como pelos poderosos (ao serem socialmente distante dos impotentes). O comportamento não verbal acrescenta informações que palavras podem transmitir, como a tentativa de fraude. A decepção implica um desvio do *princípio da cooperação*, em que a pessoa tenta ser informativa, verdadeira, relevante e clara ao se comunicar. Embora verbal se o conteúdo fornece pistas sobre engano, a comunicação não verbal



acrescenta muito a essas pistas. As pessoas compartilham percepções convergentes sobre credibilidade do conteúdo verbal e consideram a comunicação menos completa como enganosa, mas se estiverem completas são vistas como verdadeiras.

- **Ênfase:** postura, gesto e contato visual são frequentemente usados para enfatizar. O contato visual, que na verdade é um *flash* de não mais que 0,75 segundos, é usado para enfatizar ou verificar os ouvintes com intuito de obter suas reações; o olhar fixo pode transmitir outra percepção.
- **Reconhecimento:** a comunicação é recíproca no sentido de que não é apenas o remetente que envia uma mensagem para o destinatário, mas também sabendo que o destinatário concorda e apoia a intenção do remetente. Solicitar e obter reconhecimento pode ser comunicado pelo *feedback* fornecido por contato visual. As emoções associadas ao reconhecimento dependem se o que está sendo reconhecido é variável.
- **Comprometimento:** ao obter *feedback* sobre o comprometimento, o orador deseja ocasionalmente obter algum compromisso do ouvinte, em termos de quão sério e sincero o ouvinte é. Essa relação deve ser recíproca e envolve a aquisição de conhecimento sobre os efeitos das próprias declarações e as intenções da outra pessoa.

Considere uma situação em que a pessoa A deseja fazer uma pergunta à pessoa B. Primeiro, a pessoa X precisa olhar em direção à pessoa Y. A pessoa Y deve responder olhando a pessoa X, e indicando que ele/ela reconhece a intenção da pessoa X de se comunicar. A pessoa Y tem que mostrar algum sinal de que a intenção de X se comunicar foi reconhecida como tal e aceita.

- **Acordo:** o contato visual combinado com o gesto serve para fornecer *feedback* sobre precisão do conhecimento. O acordo pode ser cumplicidade (em uma decisão conjunta), consenso (compartilhamento de uma visão subjetiva do mundo) ou corroboração (concordância de que um fato é verdadeiro). A postura é em grande parte inconsciente – o acordo geralmente é acompanhado por inclinar-se para o lado. Interações sem visão são mais formais, mais orientadas para as tarefas, menos personalizadas e menos espontâneas do que interações face a face. Nas negociações sem visão, a pessoa com o argumento mais forte sempre tem vitórias. O acordo é frequentemente sinalizado por comportamentos



não verbais associados ao gosto. Existe uma vasta gama de sinais não verbais de concordar, os quais incluem proximidade (proximidade ou virado para a frente no assento), orientação (mais direta ou lado a lado), olhar (mais e olhar mútuo), expressões faciais (mais sorrisos), gestos (acenos de cabeça, movimentos animados), postura (aberta, braços, estendido), toque (mais) e tom de voz (tom mais agudo, tom puro).

- **Compreensão:** O contato visual pode dar *feedback* sobre se o ouvinte compreendeu um ponto crucial. O entendimento pode incluir simpatia, perdão, indulgência ou rotina. Um apresentador que deseja que demonstrem que estão ouvindo e assistindo, portanto, procura obter respostas com olhares fixos. A expressão e ação, por exemplo, aceno de cabeça ou agitação, será considerada reação negativa e resultará na repetição ou interrupção do falante. O papel de apoio mútuo da linguagem não verbal com a comunicação ocorre mesmo no nível micro, como em interrupções, críticas, proposições e frases. Por exemplo, enquanto médicos e pacientes realizam tarefas rotineiras preparatórias para iniciar a consulta, médicos usam o olhar e a orientação corporal para comunicar que estão se preparando, mas não estão prontos ainda para lidar com essas reclamações. Em resposta, os pacientes esperam que seus médicos solicitem sua queixa principal. O olhar e a orientação corporal comunicam níveis de engajamento e desengajamento no curso da ação.
- **Promessa:** contato visual e falta de pausas podem comunicar intenção, previsão confiante e satisfação – todos os componentes de um gesto promissor e sincero.
- **Orientação:** apontar permite orientação compartilhada para um objeto externo, mas é difícil comunicar com um parceiro remoto porque não há senso de orientação compartilhado. Por exemplo, *atrás de mim* tem significado apenas para pessoa próxima; o ponto é mais sutil do que parece a princípio porque *atrás de mim* requer entendimento compartilhado do ouvinte e do interlocutor de três referências: orador, ouvinte e orientação do orador.
- **Humor:** o contato visual permite que cada pessoa compartilhe a piada para mostrar que a entende e saber que o outro a entendeu quando é parcialmente implícita ou inexplicável; a comunicação não verbal ajuda a



conseguir isso, portanto, o humor é um dispositivo de exclusão e inclusão, além de um importante relacionamento com a língua.

## TEMA 4 – EXPLORANDO A COMUNICAÇÃO VERBAL

### 4.1 Uso da comunicação verbal

De acordo com Andersen (1999), a comunicação verbal envolve o uso da fala para trocar informações com outras pessoas, que geralmente se comunicam verbalmente em conversas cara a cara, reuniões, entrevistas, conferências discursos e telefonemas – são outras formas de comunicação verbal. Nos negócios, você pode se comunicar verbalmente para trocar ideias, entender diversos pontos de vista e resolver problemas como as habilidades verbais estão entre as mais valorizadas pelos empregadores. O desenvolvimento dessas habilidades auxilia nas entrevistas de empregos, avanços de carreira e melhora do desempenho profissional. Na Figura 2 estão elencados alguns objetivos do uso da comunicação verbal.

Figura 2 – Utilização da comunicação verbal

Objetivos
<ul style="list-style-type: none"><li>• Organizar suas mensagens.</li><li>• Usar elementos vocais efetivamente.</li><li>• Compreender a linguagem não verbal.</li><li>• Desenvolver credibilidade.</li><li>• Dar e receber <i>feedback</i>.</li><li>• Superar barreiras à comunicação.</li><li>• Comunicar eticamente.</li><li>• Compreender questões interculturais.</li></ul>

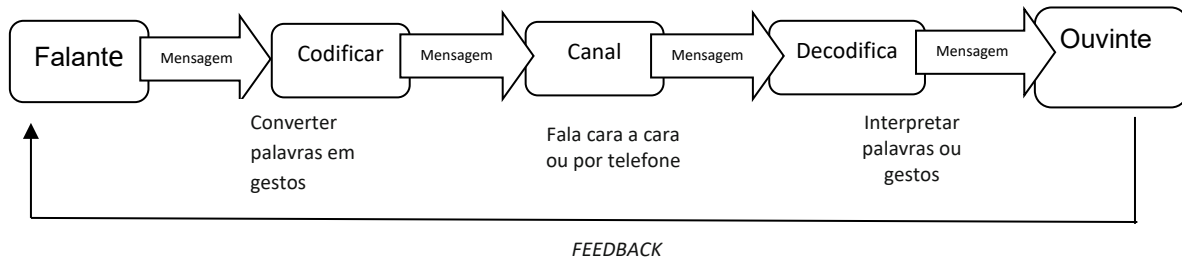
Fonte: elaborado com base em Andersen, 1999.

Na comunicação verbal, uma pessoa envia uma mensagem para outra pessoa ou para um grupo de pessoas usando a fala. A comunicação é bem-sucedida somente quando existe compreensão entre o falante e o ouvinte. Uma pessoa comum é exposta a milhares de mensagens todos os dias. Se você quer destaque para sua mensagem deve fornecer as informações mais precisas e interessantes que as demais para obter a atenção do ouvinte. Após receber a mensagem, seu ouvinte deve ser capaz de interpretar ou decodificar seu significado. A Figura 3 descreve o processo de comunicação.





Figura 3 – Processo de comunicação geral



Fonte: elaborado com base em Andersen, 1999.

Em uma conversa cara a cara, sua voz é o meio ou canal que você usa para se comunicar com outras pessoas. Pessoas não apenas ouvem as palavras que você diz, mas a maneira como as diz – os elementos vocais do seu discurso. Os elementos vocais incluem inflexões de voz, velocidade de fala, volume e tom, e podem adicionar interesse e significado nas suas mensagens. O uso de elementos vocais adequados ao seu objetivo e público pode fazer que suas palavras sejam mais atraentes e poderosas, chamando a atenção de outras pessoas ao que você diz. Andersen (1999) estabelece algumas relações para que você organize suas mensagens e esclareça o significado delas.

Tabela 2 – Como tornar sua mensagem mais receptível

<b>Comece com o que seu ouvinte precisa saber</b>	É provável que seu ouvinte se lembre da primeira e da última parte da sua mensagem. Antes de falar com alguém primeiro, identifique o objetivo de sua discussão e defina essa como sua ideia principal. Verifique se sua mensagem é entregue de forma melhor usando palavras faladas do que escritas.
<b>Limite a quantidade de informações</b>	As pessoas têm capacidade limitada de ouvir e decifrar uma mensagem, especialmente se forem distraídas por barulhos, interrupções ou outros obstáculos à comunicação. Utilizar muita informação em uma conversa pode deixar seus ouvintes confusos ou lembrando apenas parte do que você disse. Limite a quantidade de informações que você transmite em uma única interação. Em uma conversa individual, por exemplo, expresse de uma ideia principal e até três ideias. Se você precisar compartilhar mais informações, faça-o em conversas separadas.
<b>Elimine palavras desnecessárias</b>	Pode ser necessário mais concentração para entender as palavras faladas do que as escritas. Quando você usa complica a linguagem ou utiliza palavras desnecessárias, você torna mais difícil para o ouvinte interpretar o que está dizendo. Use frases simples e evite linguagem e jargão técnicos sempre que possível





<b>Torne suas mensagens relevantes para seu ouvinte</b>	Embora seja natural discutir assuntos que você considera importantes, se seu ouvinte tiver interesses ou interesses diferentes, sua mensagem pode não ser bem recebida. Enquadre suas ideias para que sejam relevantes para os outros, adote o ponto de vista de seus ouvintes e explique ou demonstrem como o assunto é importante para eles e como eles podem se beneficiar.
<b>Adote abordagem direta</b>	Seus ouvintes precisam gerenciar várias tarefas enquanto o ouvem. Eles devem prestar atenção ao que você quer dizer, interprete seus sinais não verbais, ignore ruídos e outras distrações e faça sentido das informações. Os ouvintes podem entender suas mensagens se elas forem claras e consistentes com seu corpo e sua fala. Use abordagem direta, apresentando seu assunto, explicando o que deseja e identificando suas expectativas. Seja educado e educado, mas não faça seu público adivinhar o que você quer dizer.
<b>Pause ocasionalmente</b>	Seus ouvintes precisam de tempo para processar as informações recebidas. Ao se comunicar, inclua breves pausas para seu público-alvo absorver sua mensagem, especialmente quando você fez uma observação importante, solicitou uma ação, ou está se preparando para introduzir um novo assunto. Use essas pausas curtas para revisar sua linguagem corporal e avaliar o entendimento deles. No entanto, evite pausas longas, o que pode deixar seu ouvinte desconfortável.

Fonte: elaborado com base em Andersen, 1999.

Além dessas dicas, Borod (2000) listou dez recomendações para melhorar a qualidade de suas conversas:

- Seja o primeiro a dizer olá; apresente-se aos outros, claramente dizendo seu nome para que todos o percebam.
- Use nomes, ouça os nomes dos seus parceiros de conversa e use-os quando se dirigir a outras pessoas.
- Pense antes de falar em vez de falar rapidamente para preencher pausas, reserve um tempo para pensar em vez de cometer um erro.
- Seja receptivo a novas ideias; se você não concorda com uma ideia, saiba mais sobre isso. Diga “Isso é interessante”, em vez de “Não concordo”.
- Escute, ouça o que você fala e principalmente o que os outros têm para falar.
- Faça perguntas, chame a atenção de outras pessoas conforme necessário, com perguntas coerentes.



- Faça contato visual, mostre aos outros que você está envolvido e focado no que eles estão dizendo.
- Repita ou parafraseie com suas próprias palavras; repita o que os outros falaram para ter certeza de que você entendeu.
- Seja breve em vez de monopolizar o tempo de alguém; deixe as pessoas cientes com rapidez e as faça perceber que outra conversa com você será interessante e produtiva.
- Esteja preparado; antes de uma conversa crucial, antecipe o que possam dizer ou perguntar. Prepare perguntas e fatos com antecedência.

## TEMA 5 – EXPLORANDO A COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL

Além das palavras e do tom, Andersen (1999) destaca que a comunicação não verbal contribui para o processo de compreensão da comunicação falada. A linguagem corporal e os sinais não verbais acrescentam significado à sua mensagem. Como estudamos, a linguagem não verbal inclui gestos com as mãos e os braços, contato e movimento dos olhos, expressões faciais, posição do corpo e aparência geral. Seu o público percebe a linguagem não verbal como parte da sua mensagem e ela é usada para determinar como vai interpretar suas palavras. Estar mais atento à linguagem corporal e às dicas não verbais o ajudará a ser um apresentador e ouvinte mais eficaz. As imagens apresentam exemplos da linguagem não verbal no local de trabalho.



Crédito: Atstock Productions/Shutterstock; fizkes/Shutterstock; ALPA PROD/Shutterstock e G-Stock Studio/Shutterstock



Andersen (1999) destaca a importância de manter o contato visual, pois os movimentos oculares enviam sinais que ajudam a regular o fluxo de informações entre as pessoas. Seus olhos podem mostrar interesse, compreensão, felicidade, confusão, ansiedade e medo. Faça contato visual para estabelecer credibilidade e mostre que você está envolvido com seu público. As pessoas confiam em você quando você olha diretamente para elas enquanto você fala. Fique cético se não mantiver contato visual.

Apresente expressões faciais agradáveis. Borod (2000) enfatiza que o sorriso humano é uma indicação poderosa que transmite mensagens, incluindo simpatia, felicidade e aceitação. Se você sorri com frequência quando está conversando com outras pessoas, elas o percebem como acessível, atraente e amigável. Eles também provavelmente reagirão positivamente à sua mensagem e lembrarão o que você diz. Uma careta também envia uma mensagem poderosa, embora seja geralmente negativa.

O autor destaca a questão de gesticular, as pessoas geralmente mexem braços, mãos e dedos quando falam. Comunicadores eficazes usam métodos gestos físicos para enfatizar pontos importantes. Quando usados corretamente, os gestos podem animar e auxiliar no que você diz, e ajudam a comunicar seu entusiasmo e sinceridade. Se você não se mexe quando fala, as pessoas podem percebê-lo como tedioso ou entediado.

Sua postura é a posição do seu corpo quando você está sentado, em pé ou andando, e comunica seu humor, atitude e interesse em um tópico. Ao se comunicar com outras pessoas, sente-se ou levante-se com uma pessoa ereta (mas não uma postura rígida), que envia uma mensagem de confiança e competência. Inclina-se um pouco em relação ao seu ouvinte para mostrar que você é receptivo e interessado no que eles têm a dizer. Evite falar quando estiver de costas ou se você está distraído com outra tarefa – isso indica desinteresse e falta de sinceridade (Borod, 2000).

Na comunicação, Andersen (1999) enfatiza a proximidade do interlocutor com seu público. A manutenção apropriada da proximidade é uma parte importante da comunicação. As pessoas esperam que você respeite seu espaço pessoal e se sentem desconfortáveis se você intrometer-se nele. A proximidade apropriada é afetada pelo relacionamento que você tem com o ouvinte, o tipo de comunicação (íntima, amigável, profissional ou falar em público) e suas normas



culturais. Se você notar sinais de desconforto que sugerem que você mudou para o espaço do ouvinte, imediatamente aumente a distância entre você e ele.

Os estudos de Andersen (1999) e Borod (2000) foram embasamento para a elaboração da Tabela 3, que relaciona elementos da comunicação não verbal, ações que devem ser realizadas e ações que não devem ser realizadas.

Tabela 3 – Comunicação não verbal

Elemento	Faça	Não faça
<b>Contato visual</b>	Mantenha contato visual para promover confiança e engajamento.	Não evite fazer contato visual com seu ouvinte ou manter contato prolongado.
<b>Expressões faciais</b>	Sorria e apresente expressão agradável em geral.	Não fique com a expressão impassível ( <i>poker face</i> ).
<b>Gestos</b>	Pontue sua fala de maneira apropriada e não exagere ou perca o controle de seus gestos gestos significativos.	Não exagere ou perca o controle de seus gestos.
<b>Postura</b>	Fique em pé, com postura ereta, para se comunicar Não vire as costas para alguém ao falar .	Não vire as costas para alguém ao falar.
<b>Distância física</b>	Estabeleça proximidade apropriada para sua mensagem e seu público.	Não ignore sinais de que seu ouvinte está desconfortável com sua proximidade.

Fonte: elaborado com base em Andersen, 1999; Borod, 2000.

Mais do que as palavras que você fala, sua linguagem corporal também se comunica e a postura contribui para o sucesso na carreira: confiança e liderança. Em geral, profissionais de negócios mais bem-sucedidos usam a comunicação verbal e comunicação não verbal que transmite autoridade e calma. Borod (2000) defende que existem ações simples; concentre-se em gestos e movimentos na linguagem corporal. Em vez de gastar energia com tiques nervosos, como bater seu pé ou sua mão em algo, esfregar o nariz, é recomendável que você se mova com objetivo.

Todos nós temos manias. Para descobrir a sua, grave-se por alguns minutos enquanto apresenta um conteúdo e depois observe os maneirismos que não servem a um propósito útil, que façam você parecer distraído ou sem controle. No entanto, ficar muito quieto enquanto fala faz você parecer



desconfortável, especialmente se estiver com as mãos no mão bolsos. Se estiver fazendo uma apresentação, Borod (2000) sugere caminhar ao redor da sala. Se você está tendo uma conversa, tire suas mãos dos bolsos para poder gesticular naturalmente.

## **FINALIZANDO**

Nesta aula, abordamos alguns recursos da apresentação, enfatizando os elementos e o uso da comunicação verbal e comunicação não verbal. A comunicação verbal é, talvez, o modo de comunicação mais óbvio e compreendido, e certamente é uma ferramenta poderosa em sua caixa de ferramentas de comunicação. Simplificando, a comunicação verbal é o compartilhamento de informações entre os indivíduos usando palavras.

Enquanto normalmente focamos na fala quando falamos sobre comunicação verbal, é importante lembrar dos elementos da comunicação não verbal que complementam a comunicação e são, em muitos casos, determinantes para entendimento do receptor. A comunicação pode ser uma conversa, uma reunião ou até um discurso, e permite que você se relacione em um nível mais emocional com seus ouvinte. Também facilita a compreensão, abordando objeções e esclarecendo mal-entendidos: você pode ajustar sua mensagem conforme a comunica, com base nos comentários que está recebendo do seu público. A comunicação permite que você se afaste de uma conversa com um grau mais alto de certeza de que sua mensagem foi recebida.



## REFERÊNCIAS

- ANDERSEN, P. A. **Nonverbal communication**: Forms and functions. Mountain View: Mayfield, 1999.
- AUSTIN, M.; AITCHISON, J. **Tem alguém aí?**: as comunicações no século XXI. 1. ed. São Paulo: Nobel, 2006.
- BERLO, D. K. **O processo da comunicação**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1972.
- BODERNAVE, J. E. D. **Além dos meios e mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 7. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.
- BOROD, J. **The neuropsychology of emotion**. New York: Oxford University Press, 2000.
- BOWLBY, J. **Attachment and loss**. v.1. New York: Basic Books, 1969.
- CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional**: a dinâmica do sucesso das organizações. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- D'AMBROZIO, D. **Etnomatemática**: elo entre as tradições e a modernidade. 6. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2011.
- MANOVICH, L. **The Language of New Media**. MIT Press, Cambridge, 2001.
- MEADOWS, M. S. **Pause & Effect**: The Art of Interactive Narrative. Pearson Education, 2002.