

DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DOCENTE: PROF^a. CLEUSA LOPES

MATERIAL ORGANIZADO PELA PROF^a. FABIOLA LONGHI

(ADAPTADO DO SITE WWW.FORMA-TE.COM/MEDIATECA)

MÓDULO 2 – COMUNICAÇÃO E ESTRUTURA EXPOSITIVA

AULA 5:

- I – ATITUDES INDIVIDUAIS FACILITADORAS DA COMUNICAÇÃO**
- II – DEFINIÇÕES DE UMA BOA EXPOSIÇÃO**
- III – COMPETÊNCIAS NECESSÁRIAS PARA UMA BOA APRESENTAÇÃO**
- IV – PLANEJAMENTO/PREPARAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL**

I - Atitudes individuais facilitadoras da comunicação

Agora vamos falar sobre como valorizar a sua comunicação perante outros através da sua atitude e posicionamento.

Vamos referir três atitudes que julgamos muito importantes para a comunicação:

a) A estima por si próprio

Corresponde à imagem que temos de nós próprios e ao valor que atribuímos à nossa pessoa. É influenciada principalmente, por aquilo que o nosso meio mais próximo nos deu como imagem durante a nossa infância, que como se sabe é um período privilegiado para a formação da nossa personalidade. A estima por si só, depende muito da percepção, isto é, da forma como tomamos conhecimento das coisas, e neste caso, da forma “como nos vemos”. De entre as várias características que possuímos, valorizamos mais umas do que outras.

Tudo isto vai provocar atitudes e comportamentos diferentes, como a reação a essas maneiras de nos vermos.

Os indivíduos com pouca estima de si próprios, sentem-se normalmente em posição de inferioridade, considerando-se vencidos à partida. Têm dificuldade em estabelecer relações com outros, ou em emitir ou admitir opiniões críticas. São sujeitos que tenderão sempre para reações defensivas, predominando as atitudes passivas, e com quem a comunicação tenderá a ser unilateral. Para termos credibilidade diante de um interlocutor é indispensável termos credibilidade perante nós próprios. Só há troca (e comunicação é troca) se admitirmos que podemos contribuir com alguma coisa válida.

Podemos afirmar, pois, que há uma correlação elevada entre a estima por si próprio e o estilo de comunicação. As pessoas que possuem um bom nível de estima por si próprias, dão normalmente provas de autoconfiança nas relações, sabendo ter a iniciativa, sendo criativas, exprimindo com clareza as suas posições e procuram compreender os pontos de vista diferentes. Aceitam as críticas fundamentadas e procuram estabelecer relações produtivas com todos, não se sentindo inseguras quando se discorda delas, ou que seu ponto de vista não suscita a concordância do grupo.

b) A capacidade de escutar

Jacques Laurioz, num artigo publicado já há algum tempo na revista *Pessoal*, conta que, num seminário de formação em que participavam vários quadros, quando o animador lhes pediu que

indicassem como repartiam o seu tempo pelas diversas atividades profissionais, aqueles responderam:

- a falar: 35%;
- a ouvir: 40%;
- a escrever: 9%;
- a ler: 16%.

O animador reparou, com razão, que se a maior parte do tempo de trabalho da nossa infância foi despendido a aprender a ler e a escrever, e se outra grande parte da nossa adolescência foi aplicada a aperfeiçoar a linguagem, a verdade é que ninguém nunca nos ensinou a **ouvir**.

Escutar é uma atitude de disponibilidade para receber as mensagens dos outros e tentar compreendê-las. Sem escutar, não haverá decodificação, nem interpretação. A escuta, ao contrário do que poderá parecer, implica um papel ativo, havendo mesmo quem fale em “escuta ativa”, para sublinhar esse papel ativo de receptor, por oposição à atitude passiva do receptor que “apenas ouve”. Uma escuta “ativa” implica uma entrega ao outro, dedicando-lhes os ouvidos e os olhos. Tudo o que nos permite captar a mensagem do outro deve estar mobilizado para que o processo de comunicação tenha a máxima produtividade.

Há um conjunto de regras para a “escuta ativa” que passamos a enunciar:

- **Saber deixar falar:** o receptor não pode ouvir e falar ao mesmo tempo, pelo que é indispensável suspender o discurso para que o outro diga o que tem a dizer, e perceber claramente que está sendo escutado;
- **Colocar-se em empatia com o outro:** para compreender o que o outro diz, o receptor deve esforçar-se por se pôr no lugar do emissor, isto é, assumir (ainda que provisoriamente) o seu quadro referencial, dado que cada sujeito dá um “seu sentido” ao que diz ou que escreve;
- **Centrar-se no que é dito:** toda a atenção do receptor deve estar concentrada no que o emissor diz – as suas palavras, as suas expressões, os seus silêncios, as suas hesitações;
- **Manter os canais abertos:** o receptor deve colocar-se de frente para o emissor, olhando-o com interesse e atenção, de forma que ele perceba que os canais de comunicação estão completamente disponíveis para que a mensagem seja recebida (e decodificada, e interpretada);
- **Eliminar juízos imediatos:** Um juízo muito rápido pode provocar reações de defesa por parte do emissor e interromper o processo de comunicação;
- **Não interromper o outro:** o receptor deve resistir a antecipar o que julga que o que o emissor irá dizer, dando-lhe tempo para que diga tudo até ao fim, por muito morosa e desagradável que seja a sua capacidade de expressão;
- **Controlar as emoções pessoais:** o receptor deve manter-se atento e interessado, controlando as exteriorizações de surpresa, acordo ou desacordo, agrado ou desagrado. Estas expressões podem condicionar o emissor, que desenvolverá o processo de comunicação guiado pelo outro, deturpando, conscientemente ou inconscientemente a mensagem;
- **Resistir ao “efeito de halo”:** o receptor deve concentrar-se no que é dito, independentemente daquilo que pensa do emissor. Há a tendência para considerar que as pessoas de quem não gostamos só dizem coisas desinteressantes, e que, pelo contrário, as pessoas de quem gostamos dizem sempre coisas muito interessantes (o que obviamente não é verdade);

- **Reformular as mensagens:** sempre que a mensagem se torna ambígua, o receptor deve recapitular o que foi transmitido, de forma a certificar-se de que a mensagem recebida é a mesma que foi emitida;
- **Utilizar as capacidades cerebrais:** o ritmo médio de um sujeito falante é de cerca de 120 palavras por minuto, enquanto a velocidade de pensamento é de aproximadamente 400 palavras por minuto. Esta diferença permite ao receptor ganhar um diferencial de tempo significativo que pode utilizar no “controle” do processo de comunicação e na tarefa de compreensão.

Já dissemos atrás que o *feedback* é a informação de retorno, isto é, a informação que o receptor envia ao emissor, e que permite que este perceba, se está ou não sendo bem recebida a mensagem que enviou. Todos sabemos como é frustrante emitir uma mensagem sem nenhum sinal do receptor. Basta experimentar falar com alguém ao telefone e deixar passar mais de 15 segundos sem dar nenhum sinal ao nosso interlocutor. Ele dirá “está me ouvindo?”, pedindo o *feedback*. Podemos também verificar o que acontece quando, depois de um sujeito contar uma anedota (piada), o interlocutor fica impassível, sem esboçar um sorriso. O emissor invariavelmente perguntará “Não entendeu? Não achou graça?”.

É também aqui uma procura de *feedback*, sem o qual o emissor ficará inseguro e tenso, reagindo a essa *falta(?)*.

Há um conjunto de sinais, mais ou menos convencionais socialmente, que podemos utilizar para dar *feedback* ao emissor – um acenar de cabeça, uma interjeição, uma expressão de interesse. São elementos que não acrescentam nada à informação, mas que mantêm a ligação e reforçam o sistema de comunicação dando segurança ao emissor e aumentando a confiança mútua.

Síntese:

A estima por si própria e a capacidade de escuta, são duas atitudes que condicionam o sucesso da comunicação, e consequentemente o sucesso dos objetivos a que o emissor se propôs. Aspectos como, saber deixar falar, centrar-se no que é dito, não deixar transparecer certas emoções pessoais e reformular as mensagens, entre outros, são assim de extrema importância para a obtenção de um *feedback* positivo.

II – Definições de uma boa exposição

UMA BOA EXPOSIÇÃO

NÃO É	É
Uma conversa informal	Um assunto e um objetivo preciso
Uma improvisação	Um texto preparado
Uma leitura em voz alta	Uma boa utilização de “ <i>fórmulas</i> ”
Um texto sem nexos	Assunto relevante
Uma quantidade de dispositivos	Alguns suportes audiovisuais especialmente concebidos

Um discurso monótono	Palavras estimulantes
“Sabe-se quando começa, não se sabe quando acaba”	Um domínio perfeito do tempo
Uma situação de tensão	Um momento agradável para o orador e para o público
Uma reunião onde todos falam	Uma boa gestão das questões
Um espetáculo sem programa	Uma encenação preparada e rigorosa

III – Competências necessárias para uma boa apresentação

Deve-se planejar a apresentação de modo a causar uma boa impressão aos participantes. Quanto mais forem os sentidos estimulados, mais eficaz será a comunicação.

Os adultos agem de modo diferente das crianças. Para comunicar-se com adultos, deve por em prática três competências específicas:

1. Transmitir a vontade de aprender

- Os adultos querem saber o que a formação lhes irá proporcionar e conhecer o modo como poderão utilizá-la;
- Ao fim da apresentação devem “sentir” que aprenderam qualquer coisa que os poderá ajudar;
- Os adultos impacientam-se depressa se a matéria for muito teórica ou muito abstrata. Por outro lado sentir-se-ão interessados se lhes informarem de forma direta e simples o que querem saber.

2. “Ensino” recorrendo a participação geral

- Se os adultos puserem imediatamente em prática aquilo que apreenderam e continuarem a utilizar os conhecimentos adquiridos, a aprendizagem e a memorização ficarão reforçadas;
- Os adultos aprendem resolvendo os problemas de uma forma prática e concreta, estabelecendo uma ligação entre o que apreenderam e o que já sabiam;
- Concentram-se melhor se uma ideia nova for apresentada de várias maneiras, estimulando vários sentidos. Por exemplo a explicar o conceito (o ouvido), demonstrar ou mostrar uma imagem (vista), fazê-los praticar (ação).

IV – Planejamento/Preparação da apresentação oral

Objetivo

Para que uma apresentação tenha êxito, é preciso antes definir o seu objetivo com rigor. Que resultados espera obter junto do público?

a) Informar:

- Apresentação descritiva;
- Apresentar um novo produto a um novo vendedor;
- Relatar o desenvolvimento de um processo;
- Descrever as atividades da empresa a um(a) jornalista;
- O seu público adquire um conhecimento suplementar sobre os fatos, os objetos e as situações.

b) Explicar – Apresentação pedagógica:

- Explicar o encadeamento: como processar o acompanhamento de um estudo de mercado;
- Valorizar a lógica de um funcionamento: apresentar aplicações;
- Descrever a organização de uma operação: expor um processo de recrutamento;
- O seu público aprende uma tarefa que irá executar posteriormente.

Tomar uma posição

Apresentação persuasiva:

- Vender;
- Convencer: persuadir;
- Influenciar: fazer o interlocutor aderir à sua opinião;
- O seu público está consigo ou contra si.

Antes de qualquer apresentação:

- Uma pergunta a colocar a si próprio: “Que resultado pretendo obter junto ao público?”;
- Informal? Ficará com alguns conhecimentos?
- Explicar-lhe? Ficará apto a fazer algumas coisas?
- Influenciá-lo? Tomará uma posição?

Uma apresentação tem um único objetivo principal

- Esse objetivo deve ser rigoroso, escalonado, mensurável, concreto e realista;
- O seu objetivo corresponde a estes critérios?

Perguntas que deve fazer a si próprio para se preparar

A fase de preparação é muito importante para uma boa apresentação. Os fatores a tem em conta são:

O AMBIENTE

- Terei a palavra antes ou depois de outro orador?
- Onde vou fazer a minha intervenção (aspectos relacionados com a posição da mesa, com a sala, com o edifício, com a cidade, etc)?
- De que instrumentos disponho (cavalete com papel, vídeo, retroprojektor, etc)?
- Em que contexto se realizará a minha apresentação (*conjuntura(?)*, ambiente, etc)?

O ASSUNTO

- De que vou falar?
- Que ideia principal deverei fazer reter?
- Que ideias principais deverei fazer aceitar?
- Como tornar mais fácil a memorização do que digo (exemplos, anedotas, frases de impacto, metáforas, etc)?

O PÚBLICO ALVO

- A que população se dirige?
- Qual a dimensão do grupo?
- Qual o nível de conhecimento dos participantes?
- Que experiência tem os participantes?
- Que motivos os levaram a procurar esta formação?

QUAL A NECESSIDADE DE FORMAÇÃO?

- Por falta de conhecimentos e/ou aptidões?
- Espera-se uma mudança e atitudes?

DE QUANTO TEMPO DISPONHO?

- Qual a duração prevista para a formação?
- Qual a duração necessária?
- Quais os objetivos pedagógicos?