

A blurred background image of a young woman with long blonde hair, smiling and looking down at a laptop she is using. The laptop is open on a light-colored wooden desk. Several books are visible on the desk to the right.

## ORATÓRIA E RETÓRICA

## Sobre o docente

### Ivan Bin Requena

Graduado em Administração pela UNICESUMAR; Pós-graduado em Administração e em Recursos Humanos pela SPEI; em Metodologia do Ensino Superior pela UNIR e em Gestão Estratégica de Pessoas pela Unifatecie; Mestre em Engenharia de Produção/Gestão de Negócios pela UFSC e Doutor em Ciências da Educação/Gestão de Pessoas pela Faculdade Interamericana de Ciências Sociales-FICS, Assunción, da qual foi docente *stricto sensu*. Já atuou como coordenador de cursos de graduação, por 20 anos e também, nesse período, como diretor Administrativo, Acadêmico e Geral de instituições de ensino superior. Como última ocupação profissional foi coordenador geral de educação a distância da UNIFACEAR, docente em disciplinas da área de gestão organizacional e orientador de TCC em cursos de graduação e pós-graduação. Tem experiência na área de Administração com ênfase em Gestão Estratégica de Pessoas. Escritor, palestrante e instrutor na área de Marketing Pessoal e Oratória. Membro do Grupo de Pesquisa CNPQ "A Polissemia da Ação Humana - Uma abordagem filosófica das múltiplas relações constitutivas da condição humana", liderado pelo Prof. Dr. Washington Luiz Martins da Silva, PhD. É empresário, consultor autônomo, em Educação Superior.

## APRESENTAÇÃO

Este material didático destina-se aos alunos do curso de Teologia da Faculdade Malta-FACMA. Torna-se essencial para a formação profissional do Teólogo, através da disciplina de Oratória e Retórica, os fundamentos da comunicação humana através das linguagens verbal e não verbal, haja vista que sua atuação profissional dar-se-á, também e principalmente, através de pregações e demais tipos de exposições da palavra.

A maioria de nós tem como parte inevitável das atividades cotidianas, a apresentação de argumentos e contra-argumentos; defesas; vendas; aulas e outras atividades que requerem exposições verbais e não verbais, como parte indispensável da nossa interação social. Tais apresentações têm um elevado grau de importância para todos nós, sendo que, invariavelmente, essas exposições podem significar grandes conquistas ou, a depender das condições pessoais no momento, grandes frustrações.

Para o professor, o advogado, o comerciante/vendedor, o locutor, o sacerdote, etc., os eventos que envolvem exposições orais são tidos como ápices de muitos períodos de preparação, expectativas e ansiedade. A presente apostila visa a uma contribuição – espera-se – substancial, na capacitação dos leitores de modo que possam dar o melhor de si, com toda segurança que esses momentos requerem, tendo poder de persuasão e convencimento, ao transmitirem com qualidade seus conteúdos e conhecimentos correlatos a cada situação.

A oratória é uma arte gratificante que, quando bem empregada, poderá significar melhorias impressionantes na nossa vida e também na vida dos nossos públicos de interesse. Trata-se de uma forma muito especial de contribuir com a edificação de vidas, já que pela oratória esmerada e brilhante, pessoas serão impactadas, tocadas e incentivadas a também repensarem seus conceitos de vida e buscarem aprimoramentos cada vez maiores para sua existência.

Compreenda-se, nas reflexões, nas técnicas e nos métodos constantes deste material, que através dessa habilidade (a da oratória excelente), podemos sim mudar contextos, alterar comportamentos, conquistar liderados, etc., impressionando e persuadindo de forma bastante segura.

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>1ª BASE DE SUSTENTAÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2ª BASE DE SUSTENTAÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>3ª BASE DE SUSTENTAÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>4ª BASE DE SUSTENTAÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>5ª BASE DE SUSTENTAÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>6ª BASE DE SUSTENTAÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>7ª BASE DE SUSTENTAÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>8ª BASE DE SUSTENTAÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>UNIDADE 1: FATORES CONDICIONANTES DA EXCELÊNCIA NA COMUNICAÇÃO – Parte I .....</b>	<b>10</b>
□ <b>A Codificação .....</b>	<b>18</b>
□ <b>A Decodificação .....</b>	<b>18</b>
□ <b>Os Ruídos .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2 FATOR CONDICIONANTE 2: O EMISSOR .....</b>	<b>19</b>
<b>1.2.1 A Voz – Características e Preparação .....</b>	<b>22</b>
<b>A formação da voz .....</b>	<b>23</b>
<b>Comprometimentos vocais .....</b>	<b>23</b>
<b>Recursos da voz .....</b>	<b>24</b>
<b>1.2.2 A superação da timidez .....</b>	<b>26</b>
<b>Principais causas do medo de falar/errar em público .....</b>	<b>28</b>
<b>DR. STEPHEN WILLIAM HAWKING .....</b>	<b>30</b>
<b>INDICAÇÃO DE VÍDEOS .....</b>	<b>32</b>
<b>LEITURAS COMPLEMENTARES .....</b>	<b>32</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>33</b>
<b>HORA DE REVISAR .....</b>	<b>33</b>

<b>REFERÊNCIAS</b>	34
<b>UNIDADE 2: FATORES CONDICIONANTES DA EXCELÊNCIA NA COMUNICAÇÃO – Parte II</b>	36
2.1    FATOR CONDICIONANTE 3: A MENSAGEM	36
2.2    FATOR CONDICIONANTE 4: A CODIFICAÇÃO	38
2.3    FATOR CONDICIONANTE 5: OS CANAIS DA COMUNICAÇÃO	39
2.4    FATOR CONDICIONANTE 6: A LOGÍSTICA DA APRESENTAÇÃO	42
2.5    FATOR CONDICIONANTE 7: OS RECEPTORES	45
2.6    FATOR CONDICIONANTE 8: O “FEEDBACK”	47
2.7    FATOR CONDICIONANTE 8: ATITUDES PRECEDENTES E INTEGRANTES DA APRESENTAÇÃO	53
<b>INDICAÇÃO DE VÍDEOS</b>	57
<b>LEITURAS COMPLEMENTARES</b>	58
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	58
<b>HORA DE REVISAR</b>	58
<b>REFERÊNCIAS</b>	59
<b>UNIDADE 3: COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL – A LINGUAGEM DO CORPO E DAS IMAGENS</b>	61
3.1    A FACE	62
3.2    AS MÃOS	63
3.3    O OLHAR	64
3.4    O CORPO	64
3.5    APRESENTAÇÕES GRÁFICAS	65
<b>INDICAÇÃO DE VÍDEOS</b>	73
<b>LEITURAS COMPLEMENTARES</b>	74
<b>HORA DE REVISAR</b>	74
<b>REFERÊNCIAS</b>	77
<b>UNIDADE 4: O RIGOR ORTOGRÁFICO</b>	78

---

<b>UMA MENSAGEM PRA VOCÊ .....</b>	83
<b>INDICAÇÃO DE VÍDEOS.....</b>	83
<b>LEITURAS COMPLEMENTARES .....</b>	84
<b>MATERIAL COMPLEMENTAR.....</b>	87

## INTRODUÇÃO

### **PENSE NISTO**

*“A pessoa que lê é cheia”;  
A pessoa que escreve é exata;  
A pessoa que fala é pronta”.*

*Francis Bacon*

Sempre que se vai construir algo, deve-se levar em conta que tipo de bases serão necessárias para sustentar o peso e dar segurança e perenidade à obra a ser realizada. Seja uma casa ou um outro tipo de edifício; seja um veículo (automóvel, avião, navio, etc.), enfim, toda e qualquer “construção” requer um cuidado muito especial no lançamento das suas bases. Ora, não é diferente quando iniciamos a construção de algo não tangível como os itens citados há pouco. Se falamos, por exemplo, em construir uma família, já nos deparamos com um conceito intangível, assim como a construção de uma amizade, de uma carreira, etc. Em nosso caso específico, estamos trabalhando a construção de um aprimoramento pessoal e profissional: a alta performance na oratória. Assim, também precisamos lançar as bases, ou seja, os fundamentos dessa “construção”.

Analisemos os principais sustentáculos dessa obra tão importante, sem os quais não poderá haver sucesso em nosso projeto de aperfeiçoamento na oratória (trata-se de construir sobre bases sólidas):

### **1ª BASE DE SUSTENTAÇÃO**

Deve haver, de minha parte, a partir de agora, uma atitude de **reprogramação mental e comportamental**. Um “**Novo Eu**” inicia-se, devidamente aprimorado pelos fundamentos e pelos conceitos e técnicas da Arte da Oratória. Nesse caso, deverei **agregar** novas posturas e atitudes que sejam positivas e engrandecedoras, e **eliminar** vícios potencialmente prejudiciais às minhas “apresentações” pessoais e profissionais.

### **2ª BASE DE SUSTENTAÇÃO**

A excelência em oratória nunca vem só, ou seja, não se trata apenas de falar algo para alguém. Ela está contextualizada em um grande conjunto de dimensões a serem trabalhadas:

- a) As próprias técnicas de oratória, em si.
- b) O comportamento renovado (novas atitudes e perspectivas de vida).
- c) O domínio do conhecimento a ser transmitido.
- d) O domínio do evento em si, no qual vamos nos pronunciar (público-alvo, recursos áudio visuais, toda logística envolvida, etc.).

### **3ª BASE DE SUSTENTAÇÃO**

Assimile muito bem o fato de que tudo o que você deseja e precisa, com suas apresentações orais é **PERSUADIR**.

### **4ª BASE DE SUSTENTAÇÃO**

Em oratória, inclusive a vitória sobre a timidez de falar em público, a teoria, sozinha, não será uma solução. A prática e a repetição é que vão proporcionar maior segurança e tranquilidade.

- a) As práticas e os exercícios recomendados nesta e em outras obras, representam no mínimo 90% do sucesso das suas apresentações (são exercícios preparatórios diversos a serem realizados permanentemente, até que se atinja o aprimoramento e a segurança satisfatórios).
- b) Praticar é indispensável. (Repetir, repetir e repetir; treinar muito. Esse é o principal fator de vitória do medo de falar em público).
- c) Leia a história de Demóstenes, o pai da oratória. Perceba como ele conseguiu superar suas limitações nessa arte, através de muita força de vontade e prática persistente de exercícios diversos.

### **5ª BASE DE SUSTENTAÇÃO**

O medo não deve ser eliminado, mas sim, controlado e administrado a nosso favor.

- a) Na realidade não há medo de **falar em público**, mas sim, de **errar em público**.
- b) O que precisa acontecer não é a eliminação do medo, mas o seu controle, pois o medo é um mecanismo de defesa que não pode ser eliminado, de forma que mantenhamos o controle e que tenhamos um desempenho melhor em certas situações.

- c) Há formas de se minimizar e controlar o medo, com algumas **posturas e atitudes** específicas e bem aplicáveis.

## 6ª BASE DE SUSTENTAÇÃO

Quem fala em público está sujeito a um **processo avaliativo**.

Ao nos apresentar perante um determinado público, automaticamente entramos num processo de **AVALIAÇÃO/JULGAMENTO**, por esse público (o que somos/fazemos, nossa aparência/gestual, o que dizemos e como dizemos).

## 7ª BASE DE SUSTENTAÇÃO

Oratória é muito mais que expressões orais, ou seja, muito mais que palavras.

- a) Na oratória, o principal elemento a ser avaliado não são as **PALAVRAS** a serem ditas (elas representam apenas 7% do que será avaliado pela plateia), mas outros elementos periféricos como o **GESTUAL/VISUAL**: expressões faciais, olhares, posicionamento e uso das mãos, movimentos corporais, adequação da aparência ao momento, etc. (eles representam 55% da retenção da atenção dos presentes); e a **VOZ** (entonação/vibração/energia, etc. – 38%).
- b) Pelos elementos do “**VISUAL**” você deve criar uma **SINTONIA** com o público. “**APAREÇA**” diante do seu público numa linguagem visual que não destoe da dele.

## 8ª BASE DE SUSTENTAÇÃO

Oratória é comunicação. Saiba muito bem o que é **COMUNICAÇÃO**.

Em suma, é indispensável que estejamos muito dispostos a concretizar essas bases, para que haja confirmação e efetividade do presente projeto de aprimoramento da nossa oratória. A mera análise teórica desse ou de outros materiais não é suficiente para nos fazer vencedores na Arte da Oratória. Precisamos de uma real transformação para que tudo o que veremos neste curso (Oratória e Retórica), se confirme em nossa vida.

## UNIDADE 1: FATORES CONDICIONANTES DA EXCELÊNCIA NA COMUNICAÇÃO – Parte I

Sempre que estivermos envolvidos com situações em que seja necessário falar em público, haverá um certo temor que nos pressiona a, se possível, evitar tal exposição. O falar em público é tido com o maior temor de todos os seres humanos, superando o próprio medo de voar. Ocorre que como em tudo na vida, a arte da oratória também é algo a ser aprendido e, para quem já possui esse dom naturalmente, é algo que pode ser sempre aprimorado.

A oratória é uma habilidade belíssima, quando bem desenvolvida e bem aplicada. Há pessoas que dela se valem para expandir seus horizontes, realizar grandes conquistas, impressionar pessoas e organizações, vender mais, convencer de forma mais intensa a seus públicos de interesse, enfim, persuadir, sendo esse, aliás, seu grande objeto. Conforme muito bem acentua Thomas Macaulay, “O objeto da oratória não é a verdade, mas a persuasão”. Ora, persuadir outras pessoas é um grande desafio, principalmente quando essas “outras pessoas” são bem orientadas, esclarecidas e com opinião própria bem definidas e arraigadas. No entanto, há aqueles que, possuindo uma capacidade extraordinária de persuasão pela excelência na oratória, conseguem superar todas as barreiras culturais possíveis, e moldar e manipular opiniões, converter opositores em ferrenhos defensores, etc.

A retórica, conjugada com uma robusta bagagem de conhecimentos, compõe uma das mais poderosas “armas” que um ser humano pode possuir. Com elas, nações têm sido abaladas, culturas inteiras transformadas, organizações engrandecidas, comunidades locais redirecionadas.

Portanto, vale a pena investir nesse dom que possuímos, de forma a fortalece-lo e utilizá-lo da maneira mais profícua possível para o bem próprio e também dos nossos públicos de interesse.

Esse “investimento” que visa aprimorar nosso poder argumentativo através da comunicação, deve levar-nos a algumas perguntas preliminares:

- Que variáveis estão envolvidas quando preciso me expressar em público?
- Tenho controle sobre alguma delas?
- O que está ao meu alcance fazer, para minimizar eventuais fragilidades?

Lembre-se de que tudo o que você implementar, dos conceitos e das recomendações adiante apresentados, aumentará sua força argumentativa e reduzirá (pra não dizer, “eliminará”) consideravelmente aquela eventual timidez de falar em público. Assim como no Marketing Pessoal, é imprescindível acentuar que cabe-nos assinar nesse momento, um verdadeiro pacto pela vitória!

Imaginemos agora o contexto da sua apresentação em público (para duas ou mais pessoas, é claro, não ignorando o fato de que em diálogo com uma pessoa, a depender da situação, também serão requeridas muitas habilidades de oratória eficaz). Falamos aqui de contextos, por exemplo, de apresentação de trabalhos acadêmico-científicos, vendas, palestras, pregações, aulas, exposições judiciais, discursos, reuniões, etc. Pois bem, o contexto de qualquer uma dessas ocorrências, sempre envolverá capacitação e domínio de algumas variáveis condicionantes do processo comunicativo. Vejamos:

### 1.1 FATOR CONDICIONANTE 1: FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO

É indispensável que se possua domínio nesses fundamentos para que haja sucesso nas exposições orais que venhamos a realizar. O contrário disso seria algo como “assumir o volante de um caminhão gigantesco, totalmente carregado e sair pelas estradas sem possuir habilitação, sem ter realizado aulas de direção, sem nunca ter dirigido antes, ou seja, seria partir para uma tragédia certa. Comunicar-se sem conhecer as bases da comunicação é transitar em terreno desconhecido, à noite, e sem uma lanterna nas mãos. Poderá haver sérias consequências, pois palavras ditas e outras expressões realizadas jamais volta, atrás, seus efeitos são para toda a vida e podem deixar marcas irreversíveis.

É muito importante saber, por exemplo, quais as principais finalidades da comunicação:

- Transmitir mensagens
  - Sempre haverá algo sendo transmitido pela comunicação verbal e não verbal. É ela um mecanismo de transmissão de dados, informações e conhecimento.

- Despertar interesse
  - Pela comunicação, é claro, o emissor sempre busca ser ouvido, receber *feedbacks* positivos, “vender” suas propostas argumentativas, enfim, fazer com que o “outro” concorde com suas “ofertas”.
- Manter a atenção
  - A comunicação pretende manter os receptores atentos ao que se está transmitindo. A adesão ou não ao emissor e sua mensagem dependerá totalmente deste e da qualidade da sua comunicação. A atenção é um bem que o “outro” nos proporciona, desde que façamos por merecê-lo. Não se obtém *feedback* positivo com apresentações e/ou argumentações frágeis.
- Gerar entendimento
  - Como fazer com que o receptor comprehenda minha mensagem se não a estou emitindo com clareza e objetividade? O não entendimento do que se está transmitindo implica em que a comunicação não está efetiva. Na realidade, se o outro não teve entendimento sobre o que viu/ouviu, não houve comunicação.
- Promover adesão à mensagem
  - Assim como no elemento “despertar interesse”, temos aqui outra dimensão da expectativa de que nossos receptores “comprem” a ideia e sejam convencidos de que estão diante da melhor alternativa. Se não houver adesão deve-se revisitar todo plano comunicativo, detectar as fragilidades e realizar os devidos ajustes. Havendo uma nova oportunidade para outra abordagem àqueles mesmos receptores, todo potencial comunicativo, já revisto e aprimorado, deverá ser “despejado” com vistas à conquista da adesão esperada à mensagem
- Conquistar pelo convencimento
  - Feito isto, o(s) receptor(es) poderá ser confirmado como novo aliado às nossas propostas e ideias. O grande desafio da oratória sempre será persuadir; levar a acreditar.

Ou seja, o que se pretende, de fato, com o exercício da comunicação, é convencer pessoas e/ou organizações, de forma que concordem com nossos argumentos e que “comprem” aquilo que lhes estamos “vendendo”.

Dentro dessa perspectiva da grande importância de conhecermos muito bem os fundamentos da comunicação, para que tenhamos mais “poder de fogo” em nossas construções argumentativas, vejamos ainda outro indispensável conceito: As principais essencialidades em comunicação:

- Concisão (otimização do tempo)
  - Já se vai muito longe o tempo em que quanto mais prolixo o orador, maior capacidade e qualidade em sua oratória. Essa realidade se inverteu totalmente. Hoje, em dias tão atribulados e nos quais prevalece, inclusive, a Síndrome do Pensamento Acelerado, tão bem elucidada pelo competentíssimo Dr. Augusto Cury, o excelente orador é aquele que consegue ser o mais conciso possível, dizendo tudo o que deve ser dito, com menos palavras e sentenças. Não há mais tempo para longos e cansativos discursos.
- Objetividade (não divagações e dispersões)
  - Se o tempo é mais restrito, naturalmente que o orador por excelência eliminará de sua fala todos aqueles elementos dispensáveis, mantendo o foco nos componentes essenciais da sua mensagem. Divagações e dispersões podem significar para os receptores, uma forma de passar o tempo de modo superficial, já que, ao que tudo indica, o emissor está desprovido de conteúdos suficientes.
- Assertividade (rigor não constrangedor)
  - Sim, sim e não, não. Essa deve ser a tônica de um orador eficaz e efetivo. Palavras certas, ditas no momento, no local e para as pessoas certas são a melhor coisa que pode ele fazer. Excesso de romantismos e “passeios retóricos” em nossas falas serão percebidos como subterfúgios do orador, e isto não construirá. A verdade, doa a quem doer. Essa deve ser, também, uma das grandes marcas da sua vida e da sua oratória. É natural que isto tudo não deve significar constranger o receptor ou de alguma forma

diminuí-lo. Se assim for, não se trata, nem de longe, de uma postura assertiva.

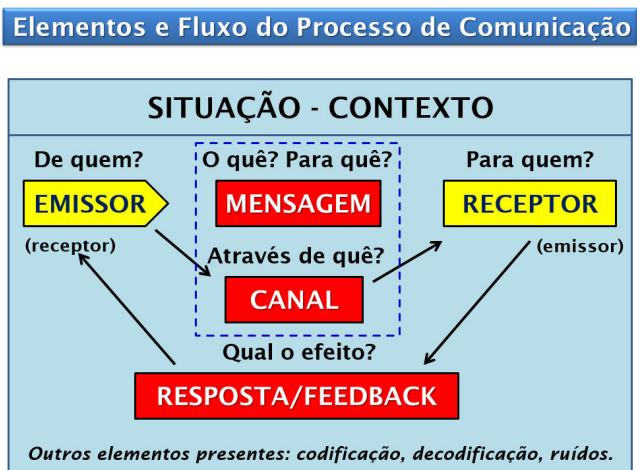
- Envolvimento (cativar ao(s) receptor(es))
  - Uma comunicação ética e transparente, com elevada carga de contributos sociais para o “outro” certamente o envolverá num contexto de acreditação para com quem lhe ouve. Cativar pelo argumento comunicativo, eis o que se pretende com a oratória assertiva.
- Inspiração (tornar o evento motivacional)
  - De nada valerá se nossas palavras/expressões comunicativas forem apenas folhas secas jogadas ao vento. Cada palavra/expressão deve conter uma mensagem que contagie o receptor de forma a impulsioná-lo num contexto motivacional.
- Persuasão (convencimento pleno)
  - É esse o objeto essencial da oratória.
- Negociação (mediação e geração de resultados)
  - Aquela pessoa que detém as grandes habilidades do processo comunicativo, poderá intervir como agente conciliador, com muito maior poder de convencimento para com as partes conflitantes. Aliás, já diz a máxima popular que “tudo se resolve com uma boa conversa”. É também uma das grandes essencialidades da comunicação, a mediação para resultados satisfatórios entre partes divergentes.
- Relacionamento (comunicar é interagir/inter-relacionar-se)
  - Impossível relacionamento interpessoal sem comunicação. O que se pode trabalhar nessa essencialidade é a própria qualidade em si do processo. A comunicação é o principal construto dos relacionamentos interpessoais e intergrupais. Portanto, que se promova essa dinâmica com elevados níveis de satisfação.
- Especificidade (para cada atuação profissional, uma adequação comunicativa)
  - Há casos e casos em que a comunicação intervém como ferramenta agregadora e de coesão. Em determinada ocupação

profissional ela surge como elemento mais tímido, não tão brilhante. Já em outros casos ela surge como elemento de diferenciação (locutores, advogados, sacerdotes, professores, entre outros). Assim, que se considere essa característica de aplicabilidade específica para cada tipo de atuação profissional, buscando explorar ao máximo as essencialidades que cada caso requeira. Em alguns contextos, a comunicação gestual é mais relevante que a oral. Um profissional da segurança no trânsito, por exemplo, passa muito mais tempo gesticulando que falando aos seus públicos de interesse.

Adquiram-se amplos conhecimentos quanto aos **fundamentos da comunicação** e certamente se conseguirá “impor” um grau maior de persuasão em nosso processo comunicativo.

Ao se falar em manter o foco nos Fundamentos da Comunicação como forma de se iniciar a construção de um perfil comunicativo de excelência, deve-se atentar para ações essenciais como, conhecer as bases e os elementos de construção do processo comunicativo e exercitar exaustivamente os fundamentos da comunicação.

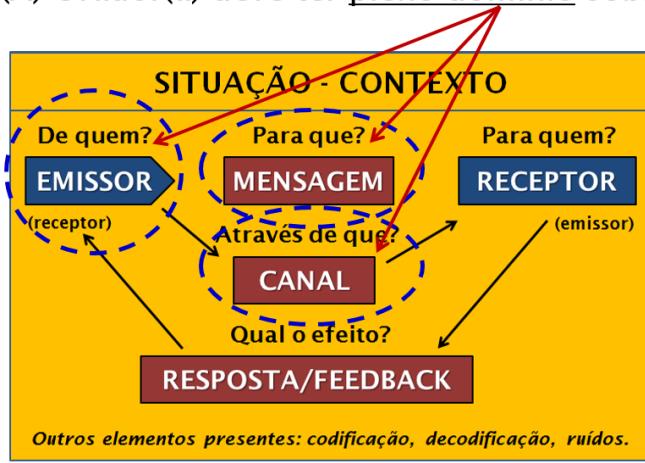
Analisemos detidamente o quadro a seguir:



Adap. pelo autor, (2024).

Esses componentes são os construtos da comunicação. Sem eles ou sem um deles, simplesmente não acontece o fenômeno comunicativo. O que se deve aqui não é discutir se deve ou estar presente no processo esse ou aquele elemento, mas sim, com que nível de qualidade cada um deles deve surgir e operar no processo. Nos quadros seguintes essa demanda por implementar níveis elevados de qualidade em cada etapa será melhor esclarecida, ressaltando-se que caberá sempre ao emissor, a maior carga de responsabilidade por determinar esse nível qualitativo.

O(A) Orador(a) deve ter pleno domínio sobre:



Fatores que estão sob o controle do orador.

Adap. pelo autor, (2024).

Fatores como o próprio emissor, sua mensagem e os canais a serem utilizados na transmissão estão sob total controle do primeiro, ou seja, ele pode muito bem interferir nesses elementos de forma a mantê-los em excelentes níveis de qualidade, para que sua comunicação assim também se construa. Ele mesmo poderá preparar-se com o máximo esmero, poderá ainda construir mensagens de alto poder de impacto, com ampla profundidade e força argumentativa, bem como poderá valer-se de canais de comunicação os mais adequados possíveis, e também que permitam uma maior e eficaz fluidez dos dados, informações e conhecimentos transmitidos. Mais adiante os elementos aqui descritos (emissor, mensagem canais, etc.) serão analisados individualmente.

No quadro a seguir é apresentada uma outra perspectiva. É o elemento “receptor”. Sobre ele, o emissor não tem controle total, mas parcial. Ele pode por exemplo, conhecer muito bem o perfil do público que o ouvirá, pode conhecer variáveis como idade média, sexo, nível cultural, eventual predominância desta ou daquela ideologia, profissão, etc. Isto já proporciona para o emissor uma grande segurança quanto à composição da mensagem e à escolha dos canais mais adequados.

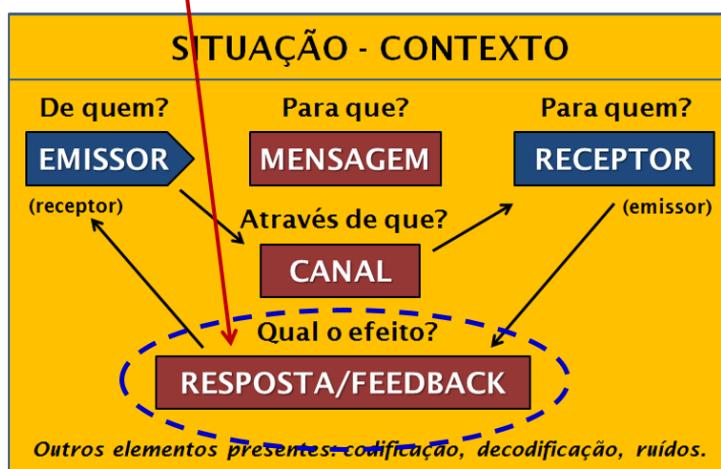
O(A) Orador(a) deve todas as informações possíveis sobre:



Adap. pelo autor, (2024).

Por fim, o emissor poderá também conhecer os *feedbacks* proporcionados pelos seus receptores, no decorrer das suas falas. No caso de uma entrevista de emprego, por exemplo, ele poderá perceber no entrevistador se está havendo ou não um “encantamento” por sua pessoa e seu perfil, poderá notar nuances de aceitação ou de rejeição, através dos olhares e expressões faciais do seu interlocutor. No caso de uma aula, pregação, discurso ou palestra, o mesmo poderá acontecer, sendo que o emissor deverá estar muito atento às reações do público presente, como sendo indicativos da sua capacidade ou não de persuasão e convencimento, de efetivação ou não da sua comunicação. Nessa etapa da avaliação do processo comunicativo, pelo emissor, pode-se afirmar com total segurança que o mesmo ímpeto com que ele se expressa deve ser aplicado na percepção das reações dos receptores. O *feedback* é um dos elementos mais importantes do processo comunicativo, já que revela os níveis de aceitação ou não de tudo o que se está apresentando.

**O(A) Orador(a) deve PERCEBER amplamente, as reações do seu público:**



## Perceber e ouvir tanto quanto se expressa.

Adap. pelo autor, (2024).

Os demais elementos da comunicação também representam fatores bastante relevantes e que, em não sendo bem entendidos e administrados, podem comprometer totalmente todo processo.

- **A Codificação**

- Por meio desse mecanismo, o emissor emite, através dos canais escolhidos, os elementos da sua comunicação, que informarão aos receptores o que de fato, aquele pretendeu comunicar. Em sendo eleito o canal “voz”, por exemplo, para o repasse da informação, as palavras e outros possíveis sons serão os códigos utilizados. Em se optando pelo canal “gestual”, os sinais e as expressões físicas serão os códigos de transmissão.

- **A Decodificação**

- Caberá ao receptor traduzir os códigos utilizados, em dados, informações e conhecimento efetivos para si. Se palavras, se gestos ou outros códigos quaisquer (escritas, imagens, etc.), seu grau de interesse e sua capacidade de recepção e discernimento serão fundamentais para a clareza dessa interpretação e seu respectivo aproveitamento.

## • Os Ruídos

- Muitas são as possibilidades de os códigos serem mal reconhecidos e/ou interpretados pelo receptor. Tudo poder estar sendo muito bem construído por emissor e receptor, mas de nada valerá se os ruídos impedirem desde a recepção até a própria decodificação das mensagens repassadas. Os ruídos podem originar-se no próprio emissor (dificuldades com dicção, qualidade vocal geral, fragilidade com relação à ortografia, postura comprometedora, desinteresse, cansaço, etc.); podem ser oriundos também dos canais utilizados (além da voz do emissor, os recursos visuais e audíveis utilizados, baixa qualidade da coerência gestual, etc.); podem estar no próprio receptor (seu grau de capacidade visual, auditiva e de concentração, seu grau de interesse, sua capacidade de decodificação, de assimilação e de interpretação, etc.). Os ruídos podem ser ainda de origem externa, como barulhos excessivos; pessoas e/ou elementos que contribuam com a desconcentração das partes; condições físicas do ambiente, em termos de acústica e reverberação; baixa qualidade dos equipamentos utilizados; etc.).

Ressalte-se que esses elementos do processo comunicativo (codificação, decodificação e ruídos) podem estar sob o controle total e/ou parcial do emissor, que é a parte mais interessada na qualidade geral do mesmo.

Esta foi a análise do fator condicionante 1: Os Fundamentos da Comunicação. Que haja preparo para a oratória excelente, e que esse preparo passe, necessariamente pelos conceitos dessa variável.

**MUITO IMPORTANTE!**

*A ausência destas ações (foco no domínio dos “fundamentos da comunicação”) acentua a timidez, intensificando o medo de falar em público. O conhecimento traz segurança! Conhecer esses conceitos técnicos ajuda em muito nosso posicionamento e organização quanto a tudo o que será elaborado e apresentado. Portanto, aprimore-se nesse quesito.*

## 1.2 FATOR CONDICIONANTE 2: O EMISSOR

Toda exposição oral/gestual é, na realidade, um processo de avaliação pelo qual passa o emissor, o qual, na realidade, é o segundo principal personagem em cena. Dele será requerida qualidade máxima nos seguintes itens, dentre outros:

- Emocional
- Atitudes/Postura
- Semblante/Empatia
- Roupas/Acessórios
- Palavreado utilizado
- Mensagens repassadas
- Voz/Gestual
- Recursos tecnológicos utilizados
- Comprometimento
- Assertividade
- Domínio de causa

Sobre o emissor repousa (e não poderia deixar de ser assim), a grande responsabilidade de convencer/persuadir. Portanto, ele é quem estará sob avaliação constante dos seus receptores. Ocorre que esse já se posiciona como o primeiro elemento de tensão para o emissor, já que temos a propensão natural a sermos avessos a avaliações/provas. No entanto, assim como surge esse primeiro “monstro de sete cabeças” para nos intimidar, podemos também contrapor-lhe meios de enfrentamento a fim de eliminá-lo. Qual o melhor meio de se obter aprovação em nossos processos avaliativos? Preparando-se devidamente para eles. Capacitação, qualificação, fortalecimento, preparo físico, intelectual e emocional, etc. Sim, há meios de sermos totalmente aprovados, desde que façamos nossa parte e de forma muito séria e responsável, com as devidas preparações. Se nos ativermos, por exemplo, a cumprir todos os requisitos listados anteriormente (principais elementos a serem avaliados no emissor), e dedicarmos esmero em preparar com qualidade esses elementos, toda tensão oriunda desse peso perderá sua força (estaremos tranquilos para o momento da exposição).

Como visto no programa do curso de Marketing Pessoal, podemos sim superar possíveis fragilidade através da implementação das recomendações ali apresentadas:

- Otimização dos grandes potenciais (mental, físico e comportamental)
- Projeção das forças e da imagem
- “Produto” 10 + “Embalagem” 10
- Assertividade; Resiliência; Diferenciação
- Inteligência Emocional e Social
- Atenção e respeito aos Públicos de Interesse

Outras Ações/Atitudes relevantes que devem partir da iniciativa do emissor em seu preparo para o sucesso comunicativo:

- Iniciativa para estudar o assunto (excelência no componente atitudinal)
- Voz, gestual e escrita (idem comunicativo)
- Calma, equilíbrio (idem emocional)
- Aparência (idem visual)
- Rigor metodológico (idem organizador - recursos de apoio tecnológico; pontualidade; coleta/análise de informações gerais, etc.).
- Identificar as próprias **limitações**, respeitá-las (não julgá-las como algo trivial), e combatê-las. Trabalhar o autoconhecimento.
  - Exemplo de Limitação: TIMIDEZ
  - Atitudes: Decidir combatê-la e vencê-la, com o apoio, inclusive, do Marketing Pessoal.
- Valer-se das demais técnicas específicas da Oratória.
  - Exercícios de vocalização
  - Exercícios de relaxamento
  - Exercícios de leituras
  - Domínio da língua portuguesa
  - Atenção ao gestual
  - Uso adequado da **retórica**

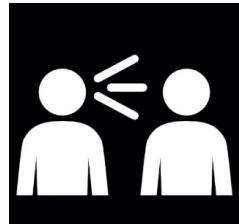
Impossível trabalhar os fundamentos e conceitos da oratória sem passar por um dos seus grandes pilares de sustentação: a retórica. Trata-se da “arte de

bem dizer". Uma informação importante é que a retórica, assim como a própria oratória, não tem como objeto essencial a verdade, mas sim, a técnica do bem expressar-se, seja qual for o conteúdo repassado. Assim, entende-se que pela retórica, pessoas podem ser persuadidas a fazerem o certo e/ou o bem, ou ainda, a fazerem o errado e/ou o mal. Tudo vai depender dos dados, informações e conhecimentos que, através da retórica, serão apresentados aos receptores.

Grandes personagens da história comprovaram essa verdade, tendo-se valido da retórica para conduzir pessoas, comunidades e até nações inteiras a replicarem toda carga de ódio e ganância desenfreada contra milhares e milhões de inocentes. Ou seja, as pessoas serão persuadidas mais pela força da retórica do proponente dessa ou daquela ideologia, que propriamente pela carga de ética, verdade, justiça ou não contidas na mensagem.

### **PENSE NISTO**

*“Afirme com energia o disparate que quiser, e você encontrará quem acredite”.*  
 Vergílio Ferreira



Algumas consequências nocivas do mau uso da retórica:

- Ludibriar pessoas e comunidades;
- Mover as pessoas por impulsos irracionais;
- Levar o público a aderir de forma acrítica às propostas do orador;
- Uso de técnicas para a imposição de ideias/ideologias;
- Manipulação dos ouvintes.

### **MUITO IMPORTANTE!**

*A ausência destas ações (foco na “qualidade” do emissor) acentua a timidez, intensificando o medo de falar em público. Você é o centro das atenções naquele momento da sua exposição oral. Pessoas estarão expectantes com o que você trará. Desconsiderar esse fato é desconsiderar a essas pessoas. Portanto, aprimore-se nesse quesito.*

#### **1.2.1 A Voz – Características e Preparação**

Neste tópico também faremos uma análise do Fator Condicionante “Voz”. É um dos canais mais utilizados em nossa comunicação. Ela é responsável pela condução de códigos como as palavras e outros sons afins. Portanto, é muito saudável que o emissor preserve com o máximo cuidado esse potencial do qual dispomos para realizar nossa comunicação diária. Inclusive podemos considerar nossa voz como um cartão de visita, o qual disponibilizamos aos nossos interlocutores quando os saudamos, cumprimentamos, informamos, etc. Vale ressaltar ainda que, além dessas funcionalidades comunicativas, a voz projeta a personalidade, o estado de espírito e até competências pessoais. Ela ainda transmite segurança e credibilidade.

### **A formação da voz**

As cordas vocais são músculos recobertos por uma mucosa. Elas são paralelas e abrem e fecham para a emissão do som. Essa estrutura localiza-se no interior da faringe, na parte inferior do pescoço.

- As cordas vocais juntam-se para estreitar a saída de ar dos pulmões;
- O estreitamento provoca o fenômeno físico chamado som;
- Ao ser emitido, o som cria a voz. A voz, articulada, forma as palavras.

### **Comprometimentos vocais**

Quando afetada por certas adversidades, a voz passa a comportar-se de maneiras não regulares, comprometendo o processo da fala, do canto, etc. Dentre os comprometimentos mais conhecidos da voz estão:

- Voz fraca
- Voz rouca
- Voz fanha
- Voz estridente
- Voz infantilizada
- Voz arrastada
- Voz ríspida

Por meio da voz manifestada pelo orador, pode-se identificar alguns traços da personalidade do mesmo, tais como:

- Tímido
- Monótono
- Desengonçado
- Impaciente
- Autoritário
- Melancólico
- Agressivo

### Recursos da voz

#### A. INTENSIDADE (FORTE OU FRACA - É A FORÇA COM QUE O SOM É PRODUZIDO)

- Conforme o contexto, variar a intensidade.
- A voz deve ser ouvida em todo ambiente.
- Falar forte demais o tempo todo, pode irritar os ouvintes; passar a ideia de que o orador é agressivo/monopolizador. Provoca MONOTONIA.
- Falar fraco demais o tempo todo, incentiva a desatenção. Provoca MONOTONIA.
- Baixar a voz em momentos certos, é um recurso para chamar a atenção dos ouvintes.

#### B. VELOCIDADE (RÁPIDA OU LENTA)

##### Falar muito rápido (Taquilalia):

- Palavras atropeladas
- Sílabas não pronunciadas
- Frases mal construídas
- Argumentos incompletos
- Difícil compreensão

*Taquilalia indica ansiedade; medo de perder a ideia.*

##### Falar muito devagar:

- Apresentação monótona e tediosa
- O orador tende a ser mais prolixo
- Pode indicar insegurança

- Expressa frases muito longas que dificultam o entendimento

### C. PAUSA

Pequena parada antes ou depois de um ponto relevante. A pausa é um dos mais importantes recursos da voz. Não é um silêncio sem significado, mas planejado, que é mais eloquente do que as palavras soltas sem sentido.

A quantidade de pausas vai depender da capacidade do receptor em compreender a mensagem transmitida.

Se o momento indica nível menor de compreensão, utilizar mais pausas, e vice-versa.

- Dá tempo para reflexão e melhor compreensão da mensagem.
- Cria expectativas
- Ajuda na respiração
- Ajuda no domínio de pontos difíceis da apresentação.

### D. ENTONAÇÃO/INTERPRETAÇÃO

Essa é uma dimensão maravilhosa da voz, pois dá vida e sentimento na fala, e naquilo que se está expressando. A entonação produzirá impactos, efeitos.

Nessa perspectiva da interpretação, está a eloquência (arte de falar bem), pela qual se apresenta a força da expressividade, para entusiasmar ou despertar emoções nos receptores. Para temas mais empolgantes, alegres, festivos, por exemplo, usar a entonação ascendente nos finais de frases. Já para temas mais desestimulantes, solenes e reflexivos, aplicar entonação descendente, aos finais.

Devem ser empregadas ênfases em palavras/pontos-chave.

- Ajudam na clareza e objetividade da fala, facilitando a compreensão das ideias.
- Dão entusiasmo à fala.

### **PENSE NISTO**

*“A voz, são as nossas emoções transformadas em sons. Tão ou mais importante do que aquilo que falamos é a forma como falamos”.*

## AMIGOS DA VOZ

- Articular bem as palavras
- Falar pausadamente
- Descansar a voz (fazer momentos de repouso vocal)
- Ingerir muito líquido em temperatura ambiente (2 ou mais litros/dia)
- Cuidar da saúde geral (sono, alimentação, atividades anti estresse).

## INIMIGOS DA VOZ

- Fumo, álcool, drogas e poluição
- Tossir, gritar muito ou pigarrear
- Cantar ou gritar quando gripado
- Falar em locais barulhentos
- Mudanças bruscas de temperatura
- Ambientes com muita poeira, mofo, cheiros fortes, especialmente alérgicos

## ANTES DO USO INTENSO DA VOZ, EVITAR:

- Derivados do leite
- Chocolates/achocolatados
- Alimentos que provoquem azia
- Produtos gelados
- Ambientes empoeirados e com mofo

Conhecer bem a própria voz, seus limites e potencialidades, desejar prepará-la para que seja uma das maiores aliadas na excelência da oratória, são atitudes indispensáveis para quem deseja uma comunicação de elevada qualidade.

### 1.2.2 A superação da timidez

A timidez é um traço de personalidade que impõe dificuldades relacionais e que leva a pessoa a uma retração de maior ou menor grau de severidade, bloqueando, inclusive, a possibilidade do “falar em público”. Nesse nível, é bastante recorrente na maioria das pessoas, dificultando sua possibilidade de ter

boa desenvoltura em oratória (essa é a timidez situacional). Em casos mais graves (timidez crônica), requer tratamentos especializados para reversão do quadro. Em não sendo enfrentada e controlada, a timidez pode levar a pessoa ao total isolamento social, em função do elevado grau de temores, sofrimentos ou extremas dificuldades para participar das trocas afetivo-relacionais. (Rene Schubert, 2010).

O medo não é de todo prejudicial para o ser humano. Esse sentimento é, inclusive, um mecanismo de defesa, pelo qual somos muitas vezes impedidos de avançar inadvertidamente rumo a perigos iminentes (sendo mais cautelosos e menos impulsivos), bem como somos melhor preparados para nos adaptarmos de forma mais segura a situações e pessoas novas ao nosso convívio e experiência. No entanto, muito longe de ser um defeito, a timidez pode ser controlada e minimizada, principalmente quando se trata do caso mais ameno (a timidez situacional).

Nesse capítulo faremos uma revisita ao Fator Condicionante da Comunicação: EMISSOR. Os efeitos da timidez, é óbvio, serão percebidos nesse personagem e isto poderá comprometer sua avaliação perante seus públicos de interesse. No entanto, analisando friamente o contexto de uma apresentação oral, sejamos bem objetivos e práticos: **temos medo de “falar” em público ou medo de “errar” em público?**

Conforme análise feita no capítulo anterior, é muito mais provável que nossos temores estejam sim relacionados à fobia de errar em nossas exposições. Essa fragilidade, certamente oriunda do despreparo e, em muitos casos até mesmo o desprezo para com aqueles sete fatores ali mencionados, é que ocasionam o temor de estar diante de receptores que, naturalmente, estejam ávidos por receber de nós informações e conhecimentos suficientes e satisfatórios. Ora, se nós mesmos, encarregados que estamos de apresentar-lhes essa carga suficiente de saberes não estamos seguros de que realmente dominamos aquelas sete variáveis, como passaremos segurança a essas pessoas e/ou organizações em nossa “fala” com elas?

Portanto, reconheçamos que se trata muito mais de uma condição fragilizada de preparos preliminares, do que propriamente o peso da apresentação/fala em si. Assim sendo, pode-se deduzir que o temor ou o medo

de falar em público (que na realidade é o medo de errar em público), é uma condição administrável, que pode ser amenizada a tal ponto que consigamos avançar nessa demanda da oratória.

Além dessa possibilidade real de redução sensível da timidez de expressar-se em público, que se confirma pelo domínio de causa do “emissor” em relação aos sete fatores condicionantes, há ainda outras soluções que podem ser adotadas nessa direção, as quais veremos mais adiante ainda nesse capítulo.

Vejamos agora algumas assertivas que também podem nos incentivar ainda mais a transformos essa possível barreira que estejamos enfrentando:

- Falar em público não é dom, é habilidade. (Comunicação/oratória, se aprende)
- Todos podem ser grandes oradores.
- Ninguém nasce orador(a) pronto.
- Limitações como a timidez, podem perfeitamente ser vencidas.
- O medo é um mecanismo de defesa (adrenalina causando desconfortos, mas também nos deixando mais alertas, precavidos).
- O medo pode e deve ser convertido em energia positiva, em força extra para o enfrentamento. Buscar a ajuda certa.

### **Principais causas do medo de falar/errar em público**

#### **I. DIMENSÃO MENTAL (*Intelectual, Emocional e Espiritual*)**

- Nervosismo em excesso (*certa dose é salutar*)
- Baixa Autoestima
- Excesso de Autocrítica
- Sensação de Ridículo
- Instabilidade emocional
- Medo da responsabilidade pelo sucesso
- Não conhecer suficientemente o assunto
- Não treinar/praticar com antecedência
- Falta de experiência de falar em público

As causas apontadas acima são totalmente passíveis de intervenções para ajustes e melhorias por parte do emissor, ou seja, é algo que também está sob seu controle e domínio, desde que se disponha a enfrentar tais fragilidades, para as quais, repita-se, há soluções totalmente viáveis.

## II. DIMENSÃO FÍSICA

- Barreiras de ordem física na comunicação verbal e não verbal (deficiências afins)
- Momentâneo mal-estar (*dores, cansaço, resfriados, etc.*)
- Ausência de exercícios de respiração e relaxamento
- Fadiga excessiva oriunda de atividades profissionais muito próximas do momento da apresentação/fala
- Fragilidade das condições vocais em função do consumo de alimentos e/ou bebidas impróprios para a ocasião (*excesso de açucares, chocolate, leite, ingredientes gelados e/ou muito quentes, etc.*)

Da mesma forma que na lista anterior, também essas situações podem muito bem ser revertidas com as devidas ações. Nem mesmo deficiências físicas mais severas podem impedir a pessoa de se comunicar com receptores em qualquer lugar ou tempo. A título de estímulo para todos nós, registramos aqui o grande exemplo do Dr. Hawking. Requena (2017), assim o identifica:

Outro grande homem dos nossos dias, portador de comprometimentos físicos severos, causados pela esclerose lateral amiotrófica, é o consagrado cientista britânico Dr. Stephen William Hawking. Sem os movimentos de pernas e braços, ele utiliza-se de um sistema eletrônico de comunicação, pelo qual conversa e apresenta suas aulas e palestras. Trata-se de um ser humano especial, dotado de uma força incrível de superação, que também merece nosso respeito e admiração. (REQUENA, 2017, p.311).

Assim, temos bem aqui, diante de nós, uma pessoa exemplar que, mesmo com tantas limitações físicas, não permitiu que isso o impedisse de crescer e se tornar um dos maiores expoentes da ciência dos séculos XX e XXI.

**DR. STEPHEN WILLIAM HAWKING****III. DIMENSÃO COMPORTAMENTAL**

- Desmotivação para enfrentar desafios - baixo entusiasmo
- Isolamento nos minutos finais à apresentação
- Posturas inadequadas no ambiente
- Baixo índice de cordialidade e cooperação com os colegas da equipe
- Perfeccionismo
- Ausência de contatos prévios potencialmente relaxantes; de cumprimentos e saudações aos presentes.

Nosso comportamento é uma dimensão na qual também podemos intervir para promover ajustes e melhorias, ou seja, é mais uma das possíveis causas de timidez e medo de falar em público, que podemos com toda tranquilidade administrar para melhor. Se em pleno domínio da razão, o comportamento que manifestamos é decorrente das nossas escolhas, e se manifesta na forma de palavras e ações (atitudes). Logo, é fruto da nossa própria vontade e, por consequência, podemos conduzi-lo de forma a que tudo o que seja nocivo ao nosso desempenho, consigamos minimizar e/ou suprimir.

Ainda quanto a possíveis causas da timidez para falar em público, surgem mais três:

- Apresentações anteriores frustrantes
  - O que não significa necessariamente serem as próximas, de mesmo nível.

- Verificar as exatas causas dessa apresentação anterior mais frágil e corrigir os erros.
- Inclusive essa atitude é justamente o que se precisa fazer sempre, ou seja, verificar onde erramos para que nos próximos momentos não cometamos as mesmas falhas.
- Falta de experiência de falar em público
  - Isto, o tempo resolverá.
- Fragilidades no Potencial Organizador: (*dúvidas quanto ao local, aos equipamentos, ao perfil do público, atrasos, ausência de contatos prévios, ausência de um check list, etc., ou seja, ausência de planejamento*).
  - Basta reprogramar comportamentos relapsos, transformando-os em potenciais forças na gestão das nossas relações com as próprias responsabilidades. “Escolha planejar. Fuja do Improviso!

As onze atitudes a seguir compõem uma lista de soluções reais para o combate ao medo de falar em público. Muitas dessas atitudes já comentamos anteriormente, mas nunca é demais relembrar coisas boas e saudáveis, que podem nos ajudar:

- 1) Reforçar o Marketing Pessoal - Elevar a autoestima; elevar o autoconhecimento; decidir mudar e enfrentar as limitações (atitude), entre outras ações do próprio marketing pessoal.
- 2) Consolidar os conhecimentos sobre o assunto e sobre outros assuntos correlatos.
- 3) Começar a falar mais, diante de grupos de pessoas. (Em casa, na empresa, na escola, na igreja, nos momentos sociais, etc.)
- 4) Treinar a apresentação, para torná-la simples (treinar, treinar, treinar).
- 5) Ler a apresentação em voz alta várias vezes.
- 6) Construir a apresentação com uma sequência lógica. Início, meio e fim, com clareza e sequência lógica de raciocínio. Se as coisas estão bem ordenadas em sua mente, não precisa temer.
- 7) Gravar o ensaio da apresentação (ouvir a gravação e detectar os pontos que podem ser melhorados: entonações, troca de palavras, conteúdos,

etc.). Nunca fazer isto nas duas últimas horas que antecedem a apresentação.

- 8) Praticar exercícios de respiração, relaxamento e de aquecimento vocal.  
15 minutos antes da apresentação.
- 9) Ter em mente a importância dos bons resultados para o público alvo.  
Haverá melhorias em diversos sentidos para essas pessoas e/ou organizações.
- 10) Praticar exercícios (esforços) físicos mais intensos (6 a 4 horas antes da apresentação). A prática de exercícios físicos intensos promove a liberação de endorfina, a qual combate os níveis de adrenalina, dando relaxamento e bem estar.
- 11) Estudar artes cênicas (solução perfeita). Trata-se de uma solução mais complexa, mas que **elimina** a timidez.

### **PENSE NISTO**

*Tenha certeza disto: “Não há nada na arte da oratória que não possa ser aprendido – só é preciso começar”.*



### **INDICAÇÃO DE VÍDEOS**

- 1) Como Falar em PÚblico Técnicas de Oratória - Palestra e Talks  
<https://www.youtube.com/watch?v=WIIVPDOvvr8&t=200s>

- 2) Palestra divertida sobre Oratória - Falar em público é fácil  
<https://www.youtube.com/watch?v=yUA7JfJZCkY>

### **LEITURAS COMPLEMENTARES**

- 1) Oratória: guia completo de técnicas para falar bem em público.  
<https://fia.com.br/blog/oratoria/>
- 2) Técnicas e Práticas de Oratória nas Aulas de Língua Portuguesa  
<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/2432-6.pdf>

### 3) APOSTILA - TÉCNICAS DE ORATÓRIA

[http://admin.institutoalfa.com.br/\\_materialaluno/matdidatico22151.pdf](http://admin.institutoalfa.com.br/_materialaluno/matdidatico22151.pdf)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os benefícios da oratória são vastos e variados, impactando tanto a esfera pessoal quanto a profissional. Ao fortalecer a confiança, melhorar a comunicação, impulsionar a carreira, desenvolver o pensamento crítico, ampliar a rede de contatos, aumentar a influência, promover o desenvolvimento pessoal, melhorar a liderança, contribuir para a sociedade e estimular a criatividade, a oratória se revela uma habilidade essencial para o sucesso e a realização plena.

Os princípios fundamentais da oratória fornecem uma base essencial para qualquer orador que deseja comunicar de forma eficaz e impactante. Conhecer o público, estruturar bem o discurso, ser claro e conciso, utilizar a expressividade, construir credibilidade, engajar a audiência e praticar constantemente são elementos-chave para o sucesso na arte de falar em público.

## HORA DE REVISAR

A oratória é a arte de falar em público de forma clara, persuasiva e eficaz. Desde os tempos antigos, a habilidade de comunicar ideias e influenciar audiências tem sido uma competência valorizada em diversas culturas e contextos. A oratória abrange uma série de técnicas e práticas que permitem ao orador transmitir sua mensagem de maneira impactante, seja em um discurso formal, uma apresentação empresarial ou uma conversa cotidiana.

A oratória envolve vários elementos que contribuem para a eficácia da comunicação. Entre esses elementos, destacam-se:

1. **Clareza:** A capacidade de expressar ideias de forma simples e compreensível. Um bom orador deve evitar jargões desnecessários e estruturas complexas que possam confundir a audiência.

2. **Persuasão:** A habilidade de influenciar a opinião dos ouvintes. Isso pode ser alcançado através de argumentos lógicos, apelos emocionais e a credibilidade do orador.
3. **Expressividade:** O uso eficaz da voz, entonação, gestos e expressões faciais para dar vida à mensagem. A expressividade ajuda a manter o interesse do público e a reforçar o conteúdo do discurso.
4. **Organização:** A estrutura lógica e coerente do discurso. Um discurso bem organizado facilita a compreensão e retenção das informações pela audiência.
5. **Interação com a Audiência:** A capacidade de envolver e conectar-se com o público. Isso pode incluir o uso de perguntas retóricas, histórias pessoais e a adaptação do discurso às reações do público.

## REFERÊNCIAS

CONQUER. O guia definitivo para falar bem em público. Escola Conquer, 2024. Disponível em: [https://www.ced.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/82/2020/09/EBOOK\\_GUIA\\_PARA\\_FALAR\\_EM\\_P%C3%A9BLICO.pdf](https://www.ced.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/82/2020/09/EBOOK_GUIA_PARA_FALAR_EM_P%C3%A9BLICO.pdf)

FREITAS, Olívia Rocha. **Manual de práticas de oratória.** Brasília, IDP, 2022. Disponível em: <https://wpcdn.idp.edu.br/idpsiteportal/2022/08/Manual-de-praticas-de-oratoria.pdf>

FURINI, Isabel F. **A arte de falar em público.** Editora Ibrasa, 1999.

PEREIRA, Flávio. **Oratória: como falar em público com segurança.** Cérebro e Comunicação: Curitiba, 2010.

POLITO, Reinaldo. **Como falar corretamente e sem inibições.** 109ª ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

POLITO, Reinaldo. **Vença o medo de falar em público.** São Paulo: Saraiva, 2005.

SANTOS, Ruzia Barbosa dos. **Oratória – guia prático para falar em público.**  
SENAC, 2009.

## UNIDADE 2: FATORES CONDICIONANTES DA EXCELÊNCIA NA COMUNICAÇÃO – Parte II

### 2.1 FATOR CONDICIONANTE 3: A MENSAGEM

O elemento principal do processo comunicativo. Tudo gira em torno dela, por ela e para ela. É como se fosse um grande planeta em torno do qual orbitam satélites e outros agregados. As coisas serão organizadas em função do que a mensagem determinar: a intensidade e o ímpeto do emissor, o grau de interesse dos receptores, os tipos de canais a serem adotados, etc. A imagem abaixo bem ilustra essa realidade.

A construção da mensagem deve requerer o maior grau de atenção por parte do emissor, pois ali estará toda dose de força a ser dedicada ao processo. Seu comportamento e suas ações serão modelados e dimensionados em função daquilo que a mensagem o determinar. Posicionamento mais ameno ou mais agressivo; tonalidade, velocidade, intensidade de voz com maior ou menor ímpeto e força de impacto; canais de comunicação de maior ou menor presença; entre outros. É na mensagem que estão contidos os argumentos e contra-argumentos, os resultados da pesquisa, os valores do produto/serviço, a imagem do emissor e de quem ele representa e os cenários a serem construídos na mente do receptor.



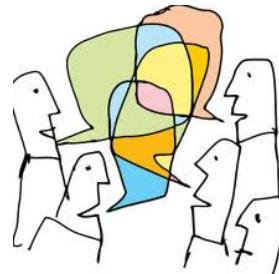
Portanto, mais importante que o desempenho no visual, na voz, ou no gestual, é o desempenho no conteúdo. Lembre-se sempre de que a persuasão

virá mais pela consistência da mensagem, do que pelo desempenho nos “elementos acessórios” (satélites) da oratória. Fazendo um *checklist* do que necessariamente se deve trabalhar para que haja uma mensagem convincente, bem construída e consolidada, podemos listar as seguintes ações:

- a) **Aprofundamento** nos conteúdos a serem tratados. Não à “decoreba” e aos improvisos.
- b) **Clareza e objetividade.** Não aos excessos na retórica, pois complicar demais pode indicar má fé, e/ou insegurança, e/ou fuga. A ideia é impressionar mais pela clareza e pela objetividade, pela simplicidade e pela leveza.
- c) **Dimensionamento** adequado (volume de textos, palavras, argumentos, imagens)

### **PENSE NISTO**

“Apresentação **comprida** é comunicação não **cumprida** (não persuadiu).  
 Apresentação **curta** (que cumpra sua finalidade), é **culta**”.



- d) Definir bem INÍCIO, MEIO e FIM da mensagem.

**INTRODUÇÃO:** Início da apresentação: **tema a ser desenvolvido**. Exposta em **poucas e curtas frases**, para não **desmotivar** ou ficar **cansativa** para o receptor.

**DESENVOLVIMENTO:** **Corpo** da apresentação (o **conteúdo**, em si). Compõe a **mensagem principal** e os **argumentos** principais. No desenvolvimento, não economizar no uso de **ilustrações/analogias**. Isto vai contribuir em muito com o **domínio da atenção** e maior **assimilação** pelo receptor. Ilustrar com **situações pitorescas** é mais eficaz.

**CONCLUSÃO: 1 a 2 minutos, no máximo.** É a **síntese** do assunto tratado, o fechamento, a **solução** proposta. Momento em que o **ponto de vista** do orador ganha maior destaque.

## PENSE NISTO

*“Quando falares, cuida para que tuas palavras sejam melhores do que o teu silêncio, e lembre-se que alto deve ser o valor das suas ideias, não o volume de sua voz. Falar sem pensar é disparar sem apontar”. George Herbert*



### **MUITO IMPORTANTE!**

*A ausência destas ações (foco na “qualidade” da mensagem) agrava a timidez, intensificando o medo de falar em público. A falta ou a pouca afinidade com os conteúdos certamente vão gerar insegurança e tensão nervosa comprometedoras. Portanto, aprimore-se nesse quesito.*

## 2.2 FATOR CONDICIONANTE 4: A CODIFICAÇÃO

Para nos comunicar, utilizamos elementos de codificação para que nossas mensagens possam ser levadas até o(s) receptor(es).

Esses códigos são, principalmente:

- Palavras
- Números
- Gráficos
- Imagens
- Objetos
- Sons
- Gestos
- Sinais
- Símbolos

Alguns cuidados especiais para que os códigos que emitiremos sejam bem “decodificados” pelo receptor, de modo que entenda claramente aquilo que desejamos lhe expressar:

- Usar palavras adequadas e leves.
- Construir sentenças breves e claras.
- Sequenciar de forma lógica os raciocínios.

- Evitar termos de difícil compreensão (*expressões muito rebuscadas, metáforas complexas, etc.*).
- Números requerem mais clareza ainda (impressos ou projetados, que sejam muito bem legíveis).
- Os Gráficos acompanham essa mesma realidade.
- Tabelas muito carregadas de números podem ser divididas em duas ou mais páginas, telas, etc.).

**MUITO IMPORTANTE!**

*A ausência de cuidados para com a codificação utilizada contribui com a insegurança, o que acentua o medo de falar em público.*

### 2.3 FATOR CONDICIONANTE 5: OS CANAIS DA COMUNICAÇÃO

É através dos canais de comunicação que transmitimos os códigos que pretendemos sejam recebidos, interpretados e assimilados pelo receptor. Trata-se de um importantíssimo elemento do processo comunicativo, pois são eles os condutores de tudo o que se construiu até então. Com isto, podem ser considerados dutos de fluência e encaminhamento da mensagem, bem como dos sentimentos e das intenções do emissor. Nesse caso, é de muito bom tom que os mesmos estejam o mais “desobstruídos” possível, facilitando a condução, permitindo agilidade no transcurso e clareza na chegada. Os canais de comunicação podem ser comparados às artérias e veias do organismo, sendo responsáveis por “transportar” os nutrientes a todos os pontos do mesmo, sendo que qualquer obstrução pode comprometer toda estrutura, fragilizando este ou aquele ponto o que, em não sendo corrigido, comprometerá grandes partes do corpo, senão todo ele, podendo inclusive levá-lo ao colapso em termos de funcionamento.

Cabe ao emissor eleger os canais mais apropriados ao que pretende transmitir, de forma que essa “fluência” seja a mais eficaz possível.

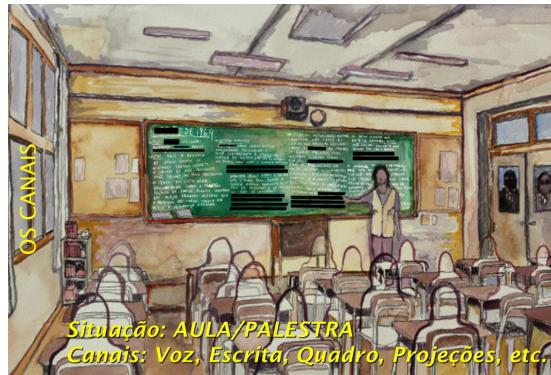
Podem ser comparados a elementos de bastidores, mas que evidentemente têm um grau de importância bastante alto, já que significam as “estradas e pontes” pelas quais as “cargas” serão encaminhadas aos respectivos destinos, devendo chegar em plenas condições de uso e aproveitamento. Nos

exemplos de canais de comunicação a seguir apresentados, pode-se perceber que é bem possível promover ações de manutenção que deem aos mesmos, excelentes condições de uso:

- Voz
- Gestual
- Aspectos visuais
- Vídeos/Filmes
- Outras projeções de multimídia
- Materiais impressos
- Outros canais: som, quadros, *flipchart*, banner, placas, acessórios para ilustração, cartaz.

É notório que são elementos plenamente passíveis de controle de qualidade por parte do emissor. Em outras palavras, também nesse quesito o emissor poderá determinar alto padrão de qualidade, o que elevará a eficácia da sua apresentação/fala.

Os quadros a seguir apresentam alguns canais de comunicação em uso, em situações específicas do dia a dia das pessoas.





Quando da administração dos devidos cuidados com os canais a serem eleitos e utilizados, recomendam-se algumas **ações que podem ser consideradas indispensáveis para a excelência nos resultados dos mesmos:**

- Exercícios/Práticas
  - Em se tratando da voz e do gestual, por exemplo, é bem cabível que sejam realizados exercícios próprios para a otimização desses canais. Relaxamentos, alongamentos, exercícios respiratórios, etc., são formas de melhorar esses elementos.
- Planejamento
  - Com certeza que em se tratando de componentes quase que de cunho logístico, um bom planejamento será muito bem-vindo. Quais, como, onde, quando, quantos canais serão aplicados?
- Organização (preparo)
  - A reunião desses elementos e sua ordem para o respectivo uso faz parte desse quesito organizacional. É a alocação propriamente dita

dos itens a serem utilizados (equipamentos, quadros, pequenos utensílios como caneta, papel, pincel).

- Testes
  - Todo equipamento seja ele elétrico ou eletrônico, deve ser testado mais de uma vez antes do uso. De preferência que haja *backups* de segurança.

***MUITO IMPORTANTE!***

*A ausência destas ações (foco na “qualidade” dos canais de comunicação) agrava a timidez, intensificando o medo de falar em público. Portanto, dedique atenção a este quesito, evitando falhas na sua comunicação.*

## 2.4 FATOR CONDICIONANTE 6: A LOGÍSTICA DA APRESENTAÇÃO

Não há necessidade de estarmos excessivamente preocupados e tensos nos momentos que antecedem à apresentação/fala, se tudo fizemos para que as coisas estivessem bem organizadas. É mais uma oportunidade de minimizar essas preocupações que cercam um evento de exposição oral em público. A logística desse evento está permeada de detalhes que são extremamente importantes e que podem ser preparados com bastante antecedência, de forma que fiquemos tranquilos com relação a esses aspectos básicos como:

- Local** (*ambiente da apresentação, espaço, iluminação, ventilação, localização, ...*)
- Móveis, Equipamentos e outros itens** (*mesa, cadeiras, multimídia, computador, arquivos, flipchart, cartazes, faixas, folhetos, portfólio, mostruário, documentos, água, materiais impressos, backups, canetas e papel para anotações, lembranças, ...*).

Na verdade, basta ter uma boa dose de atenção e seguir um checklist elementar e pronto, tudo estará no local certo, na hora e na quantidade certas.

**Checklist:**

- Apontamentos diversos de itens necessários
  - Ambiente da apresentação (limpeza, iluminação, abertura das portas.)
  - Móveis

- Equipamentos eletroeletrônicos
- Computador
- Backups de segurança
- Multimídia
- *Flipchart*
- Água
- Pastas com documentos
- Material impresso
- Agenda pessoal
- Lembranças
- Mostruário
- Outros documentos
- Ornamentação, se for o caso.
- Faixas, Cartazes, Placas, etc.
- Controles quanto à alocação ou não dos mesmos
  - Ticar os itens confirmados
  - Realizar contatos
  - Realizar reuniões
- Antecedência mínima em tudo o que for possível
- Distribuição das responsabilidades

Ao organizar a logística do evento, dê atenção especial ao conforto e à segurança dos membros avaliadores e dos convidados. Em outras situações como audiências, vendas, reuniões de trabalho, etc., os mesmos procedimentos devem ser realizados, respeitadas, é claro, as especificidades. Não atentar para esses itens é um ato de displicência que poderá acarretar surpresas desagradáveis e até mesmo comprometer todo projeto. As pessoas que estarão presentes e, se for o caso de uma defesa de trabalho final, os avaliadores, perceberão as falhas e as correrias de última hora, manifestando uma impressão negativa no quesito organização. Se for, por exemplo, uma entrevista de emprego e nossos itens pessoais estiverem ausentes ou desorganizados, isto comprometerá a própria possível contratação. No caso de uma audiência judicial, as coisas podem ficar mais sérias ainda, se: o profissional faltar, se

chegar atrasado, se deixar de levar algum documento ou prova relevante. O que dizer então daquela aula que deveríamos ministrar e da qual não levamos os materiais. Os alunos perceberão a fragilidade da tentativa de improvisar algo de última hora.

Deve o emissor estar sempre atento a essa questão de ordem das suas exposições. Isto significará respeito pelos receptores e uma boa primeira impressão, a qual já nos será como um reforço na conquista da simpatia dos mesmos.

Para termos ideia de como é muito importante atentar para as questões logísticas das nossas exposições, basta lembrar que tudo pode ficar total ou parcialmente comprometido se, por exemplo, o equipamento de som não reproduzir a contento aquilo que estamos pronunciando, ou ainda, que o equipamento de multimídia não esteja gerando imagens de qualidade, comprometendo o entendimento das mensagens repassadas por esse canal de comunicação. Isto significa dizer que todo aquele esforço, de dias e dias de pesquisa, reuniões de trabalho, preparações psicológicas e emocionais, expectativas diversas geradas pela importância do evento/momento foi por “água a baixo” só porque não tivemos o cuidado de fazer alguns testes preliminares como esses itens logísticos. Algo tão simples, mas que pode comprometer seriamente o trabalho e as expectativas de muitas horas e muitos dias de preparação. Há casos em que toda apresentação ficou prejudicada porque houve baixa qualidade na apresentação por não haver uma simples extensão elétrica para ligar dois ou três equipamentos.

Esteja atento(a) à qualidade dos materiais impressos, dos próprios slides, dos documentos, dos demonstrativos, dos gráficos, enfim, de tudo o que compõe sua apresentação e pode estar certo(a) de que isto causará uma excelente impressão nos seus receptores, promovendo antecipadamente um senso de acreditação e de aceitação na sua exposição e argumentação.

**MUITO IMPORTANTE!**

*A ausência destas ações (foco na “qualidade” na logística do momento/evento) agrava a timidez, intensificando o medo de falar em público, já que foi um item relevante para o qual não demos a devida atenção e que, a poucos minutos de começar, estaremos preocupados e com correrias de última hora, aumentando nossa tensão. Portanto, atente para esse quesito.*

## 2.5 FATOR CONDICIONANTE 7: OS RECEPTORES

Com relação aos receptores da sua mensagem, o emissor deve procurar obter o máximo possível de informações, de modo que possa construir sua comunicação com mais esse elemento informativo. Conhecer o perfil do público alvo da apresentação/fala é extremamente relevante, pois permitirá ao emissor precaver-se de algum tipo de expressão ou conteúdo não cabíveis e ainda agregar expressões e conteúdos que sejam bem aplicáveis àquele perfil de assistentes. Isto implica também no próprio tipo de linguagem a ser utilizado.

Outra dimensão indispensável relacionada aos receptores, é que o emissor deverá respeitar plenamente suas características individuais e coletivas tais como a crença, os valores, as ideias, as limitações, etc. Ignorar essas “diferenças” implicará em uso de linguagem mediana e, em certos casos, ofensivas. Ignorar estas variáveis também implicará em subestimar a inteligência desse “outro”, acarretando-se indisposição e até manifestações contrárias ao expositor e sua mensagem.

Na dimensão “logística”, os receptores também devem ter sido alvo das atenções especiais, como boa iluminação, ventilação, qualidade do som, bem como das imagens projetadas, enfim, os receptores já terão sido alvo da atenção do emissor, no preparo do evento, promovendo conforto, segurança e melhores condições de assimilação da mensagem, sendo que toda essa atenção não deverá ser condicionada a uma quantidade mínima de assistentes, ou seja, sendo poucas ou muitas pessoas, o mesmo nível de atenção e cuidados deverão ser manifestados.

Outros cuidados essenciais em relação aos receptores da sua mensagem:

- **Não falar demais** (monopolização das atenções = receptores cansados).
- **Não falar de menos** (posicionamento indefinido = receptores decepcionados).
- Falar COM e não PARA o público.
- **Envolver** o auditório (perguntas, comentários saudáveis, dinâmicas, etc.).

- Realizar ações de **descontração, alongamento e relaxamento**, a depender das condições gerais (duração da mensagem, clima do ambiente, quantidade de pessoas receptoras, tipo de atividade realizada e de mensagem transmitida, etc.).
- Em sendo o caso, promover **sorteios e homenagens**.

Lembre-se de que as pessoas vieram até o local na intenção de receber algo que lhes preencha e edifique. Mesmo que alguns estejam dispersos e/ou não tão bem intencionados, o melhor deve ser feito, sempre em consideração àquelas pessoas realmente interessadas na sua mensagem.

Os receptores devem ainda ser alvo de uma atenção muito especial do emissor: a pontualidade. Costuma-se manter como aceitável e até mesmo recomendável (elegante) em alguns casos, o fatídico atraso, como se isto de alguma forma engrandecesse o personagem principal do momento: o emissor. Seja o que e como for, o atraso sempre será um desrespeito, uma desconsideração para com quem compareceu pontualmente. A conta que se faz em relação aos atrasos está muito incorreta, senão, vejamos:

- 1) O emissor atrasou-se (para fazer um “charme”), em meia hora.
- 2) Chegaram pontualmente ao local, 50 pessoas.
- 3) O atraso deve corresponder, então, a 25 horas, já que cada pessoa esperou 30 minutos além do tempo previamente combinado.

Geralmente não se faz essa conta, que é a verdadeira. Os 30 minutos de um dos presentes não são os mesmos 30 minutos do outro, e assim por diante. Esse tempo pertence única e exclusivamente a cada pessoa; é algo que lhes pertence individualmente. Portanto, aquele nosso atraso “elegante” de 30 minutos significou, na realidade, 25 horas de desrespeito e desconsideração para com os pontuais.

A depender do evento a ser realizado (uma palestra ou discurso, uma apresentação de TCC, ou algo semelhante), devem estar atentos à presença de pessoas que devam ser destacadas. Fazer essas menções a esses receptores é parte do acolhimento ideal em relação aos receptores. Deve-se mencionar sempre o nome completo, sem que haja qualquer erro na pronúncia desses

nomes (importantíssimo este procedimento); mencionar de forma errada o nome da pessoa é muito mais grave que não mencioná-lo. Se os seus receptores são os diretores ou algum gerente de uma empresa contratante, procure saber antecipadamente o nome dessas pessoas para mencioná-los corretamente, o que irá gerar neles uma predisposição de maior simpatia para com você, emissor.

Outro aspecto de diferenciação em relação aos seus receptores é que eles não estão ali para ouvir seus pedidos de desculpas por esse ou aquele eventual problema (carro quebrado, trânsito complicado, gripe, dificuldades com algum familiar antes da saída para a apresentação, etc.). Nunca mencione esse tipo de informação para seus receptores, pois essas pessoas têm em mente que vão ouvir e ver coisas “não pessoais”, mas estritamente profissionais e/ou acadêmico-científicas, em se tratando de exposição oral em reuniões de trabalho, em palestras ou em apresentações de trabalhos escolares. Em se tratando de vendas, de aulas, de outras situações em que você exporá seus argumentos em público, a mesma regra prevalece. Não é o momento de gastar mais tempo ainda explicando eventuais dificuldades, mas sim de iniciar imediatamente “despejando” conteúdos satisfatórios, inclusive para recompor os ânimos dos receptores, partindo para sua conquista e persuasão.

***MUITO IMPORTANTE!***

*A ausência destas ações (foco na “percepção, conhecimento e atenção” aos receptores, agrava a timidez, intensificando a tensão e o medo de falar em público. É algo como: “Me é mais confortável comunicar-me com pessoas das quais já tenho uma “imagem”, um perfil construído, do que falar a pessoas totalmente estranhas”. Portanto, faça essa leitura quanto aos seus receptores.*

## 2.6 FATOR CONDICIONANTE 8: O “FEEDBACK”

Um emissor consciente e de alta performance tem como principal característica das suas exposições orais, a capacidade de percepção das reações dos seus públicos receptores. O feedback funciona como uma espécie de aferidor permanente da qualidade do que está acontecendo durante a exposição. O público informa ao emissor, de maneira muito aberta, qual está

sendo o nível de aceitação da sua mensagem, dos seus gestos e demais elementos presentes no processo comunicativo.

Principais reações negativas (mensagens/recados) dos receptores, indicativos explícitos do nível de aceitação ou não:

- Dispersão por meio de conversas paralelas, manuseio do celular, livros, tablet, etc.
- Ausentar-se do ambiente no meio da apresentação
- Não interação com perguntas e contribuições
- Olhar distante
- Sonolência

O interessante nessa dinâmica comunicativa é que enquanto fornecendo feedbacks, os receptores tornam-se emissores e aquele(a) que estava na condição de emissor(a), ao ter tais feedbacks a ele(a) direcionados, passa a ser os receptores. Ocorre que essa dinâmica é ininterrupta e que ainda temos outra condicionante: o emissor original (palestrante, professor, entrevistado, etc.), também deve fornecer feedbacks, ou seja, se eu, enquanto palestrante, por exemplo, estou recebendo feedbacks dos meus assistentes, também posso e devo emitir feedbacks a eles, como resposta às suas reações. Assim, pode ocorrer que em percebendo sonolência na plateia, o emissor pode dar como feedback a isto, um retorno na forma de “vamos nos levantar e nos movimentar um pouco, fazendo um alongamento”, ou então, “vamos agora participar de uma atividade diferente: ...”. Nessa perspectiva de sonolência, o emissor pode ainda intensificar sua mensagem através de analogias, histórias interessantes, dados estatísticos ou alguma curiosidade correlata ao tema.

Outra atitude que pode estar sendo necessária, a depender do tipo de reação dos receptores, é a mudança na intensidade, velocidade ou interpretação da voz. Um modo muito lento ou muito rápido de falar pode implicar em dispersão do público, e isto precisa ser corrigido. Quanto aos recursos da voz, deve-se ainda estar atento à qualidade da dicção, a qual está diretamente relacionada à possibilidade ou não de recepção, decodificação e assimilação do conteúdo exposto. As palavras devem ser muito bem pronunciadas a fim de que os

receptores consigam realizar com facilidade e rapidez a decodificação e respectiva assimilação.

O emissor deve estar sempre pronto para entrar com maior intensidade argumentativa, se perceber que está “perdendo” seu público. Portanto, é essencial que você tenha “cartas na manga” para que possa reverter possíveis quadros de feedbacks negativos.

Os feedbacks podem ser positivos também, engrandecendo o emissor. Nesse caso, o mesmo não pode incorrer em alguns erros básicos, perdendo-se em si mesmo:

- Entrar em estado de autossuficiência.
- Ficar orgulhoso demais para perceber que sua performance está entrando em declínio.
- Permitir que seu aparente brilho ofusque o brilho principal do momento: o receptor.
- Perder-se no comportamento e entender que essa “grande aprovação” dos receptores dá-lhe o direito de comportar-se mais à vontade falando e agindo inconvenientemente.
- Perder a concentração e acabar por deixando de mencionar algo vital para aquela fase da exposição oral. Esquecer-se de algo relevante, em função do excessivo olhar para si mesmo.
- Realizar expressões e/ou gestos que subestimem os assistentes ou alguns deles. Expressões discriminatórias, por exemplo.

Em caso de feedbacks positivos e de enaltecimento da sua pessoa e da sua mensagem, a atitude mais prudente é manter o controle emocional, bem como o foco na sequência da mensagem, não deixando, é claro, de reconhecer e agradecer às possíveis manifestações de aprovação. Aplausos manifestados no transcorrer dos pronunciamentos são exemplos clássicos de feedbacks positivos enaltecedores. Cabe ao emissor manter o equilíbrio, não deixando de imaginar seus receptores como sendo os reais “grandiosos” do ambiente e do momento.

Com isto, concluímos essa abordagem preliminar dos grandes fatores condicionantes da comunicação. Nos capítulos seguintes teremos abordagens

que serão como que revisitam a esses fatores, o que esclarecerá ainda mais como administrar com sucesso essas particularidades, de modo que alcancemos êxito em nossas apresentações/falas.

Mas cabe ainda uma reflexão muito importante sobre essa perspectiva dos fatores condicionantes da comunicação: o nível de controle/domínio do emissor sobre os mesmos, no sentido de poder amenizar/eliminar possíveis fragilidades e de promover o fortalecimento quanto aos mesmos, com a finalidade de alcançar os melhores resultados possíveis em sua apresentação/fala.

É muito importante que o emissor possa intervir em cada um desses fatores, promovendo sua otimização, o que significará maior eficiência e eficácia de todo processo, já que terá em “suas mãos” o controle da qualidade de cada um, conforme demonstrado no quadro a seguir.

FATOR CONDICIONANTE DA COMUNICAÇÃO	NÍVEL DE CONTROLE DO EMISSOR	OBSERVAÇÕES
Fundamentos da Comunicação	Total	O emissor pode e deve ter domínio pleno dos conceitos e fundamentos do processo comunicativo, os quais, diga-se de passagem são de fácil assimilação e domínio.
O Emissor	Total	Obviamente que o emissor tem pleno domínio de si mesmo, enquanto componente do processo comunicativo a ser mapeado, interpretado (avaliado) e otimizado. O autoconhecimento é a ferramenta perfeita para que o tal domínio cognitivo se efetive. Ciente das suas possibilidades e limitações, o emissor deverá, então, partir para os devidos ajustes e fortalecimentos.
A Mensagem	Total	É inconcebível ideia de que o emissor não tenha domínio sobre a mensagem que pretenda transmitir a seus receptores. Apesar de ser recorrente a constatação de pessoas pouco ou nada preparadas para suas apresentações/falas, trata-se de uma atitude inaceitável, pois configura-se como desrespeito para com os receptores. Que haja por parte do mesmo um consistente aprofundamento, uma total imersão nos conteúdos propostos, de forma que consiga demonstrar pleno domínio de causa,

		inclusive não só em função de ter que realizar esta ou aquela apresentação, mas sim, como forma de possuir tal conhecimento com um bem para toda vida.
Os Canais	Total	Os canais são as ferramentas a serem utilizadas pelo emissor para conduzir os códigos da sua mensagem. Também fica bem tranquilo entender que o emissor tem todo controle e domínio desses elementos em suas mãos, podendo impor a máxima qualidade possível nos mesmos. A voz, os dispositivos de transmissão áudio visual, etc., são meros componentes passíveis de melhoria constante.
A Logística	Total	Da mesma forma, trata-se simplesmente de organizar itens físicos, elementos tangíveis que comporão o momento da apresentação/fala. Organização do ambiente, dos equipamentos, dos itens impressos, dos demais componentes afins. Ou seja, que não seja em função da ausência ou falha de um desses elementos que o emissor tenha que estar tenso, preocupado em excesso, irritado, amedrontado, etc. Isso é o tipo de ação extremamente básica, que, de tão simples que são para gerir, que uma fragilidade aqui é indesculpável.
Os Receptores	Parcial	Quanto a esses fatores, são possíveis algumas abordagens que possam revelar nuances e perfis suficientes para contribuir na preparação do emissor. É possível, por exemplo, saber com antecedência, quem são os professores avaliadores da banca de TCC, os convidados para o evento; é possível conseguir algumas informações sobre a empresa e até mesmo do provável entrevistador daquela oportunidade de emprego; o professor, antes de iniciais sua série de aulas para determinada turma, pode ter pleno acesso ao perfil geral dos alunos; o advogado poderá obter informações sobre o perfil de determinado promotor, colega opositor, juiz, etc. O vendedor poderá também conhecer algumas das características do potencial consumidor antes mesmo de realizar suas visitas de apresentação; etc. Trata-se de um domínio parcial em função de que nem tudo poderá ser identificado e/ou até mesmo alterado quanto aos receptores. Poderá haver mudanças repentinas de público, entrevistador, comprador, alunos, etc.

O Feedback	Parcial	O controle que o emissor pode ter sobre o feedback, é aquele possibilitado por sua percepção super aguçada e permanentemente dirigida no transcorrer da sua fala. Ele pode “ler” nas reações dos receptores, mensagens que lhe permitem controlar a sequência da apresentação/fala, alternando o perfil da mesma, incluindo e/ou excluindo elementos, etc. É parcial porque nem tudo o que o emissor está vendo e/ou ouvindo dos seus receptores indicam de fato a exata realidade do que os mesmos estejam sentido em relação à sua pessoa e sua mensagem. Há situações que podem parecer algo que na realidade não o é. A mais clássica e básica de todas as reações que podem não estar indicando um descontentamento do receptor, é a sua saída do local durante a apresentação. Pode ser que essa saída seja inevitável em função de alguma emergência, por exemplo. Até mesmo o atendimento ou a digitação no celular pode acontecer por causa de emergências familiares, por exemplo.
------------	---------	--

Independentemente do grau de controle que o emissor possa ter sobre este ou aquele fator condicionante da comunicação, uma coisa é certa: ele tem controle sobre todos. Ora, isto por si só deve ser suficiente para que a timidez ou o medo de falar em público seja ampla, senão totalmente eliminado. Basta considerarmos essa condição de podermos conhecer, intervir, alterar e melhorar cada um deles, com as já mencionadas limitações em relação aos receptores e ao feedback. Com isto, o(a) prezado(a) leitor(a) pode desde já iniciar uma mudança comportamental em relação à sua eventual dificuldade com o falar em público. Sim, você está no controle da situação e isto já é suficiente para que seu desempenho reflita exatamente o seu grau de interferência e alteração para melhoria em cada um dos elementos analisados. Você pode dominar os saberes relacionados aos **fundamentos da comunicação**; você tem toda possibilidade de promover seu autoconhecimento enquanto **emissor** e de ajustar para melhor todas as possíveis fragilidades que possua em relação ao processo comunicativo. Por exemplo: ao fazer uma autoanálise criteriosa sobre suas potencialidades e limitações em comunicação, você detectou que não tem suficiente/satisfatório domínio sobre a língua portuguesa e que, por isso, acaba

“escorregando” aqui e ali em alguma pronúncia ou escrita que contenha erros de português. Ora, qual atitude é a mais cabível aqui? Recorrer imediatamente e intensamente a leituras, estudos, cursos, etc., que venham a minimizar e até mesmo a eliminar essa fragilidade. E assim o será com as demais situações identificadas em você mesmo, e que requeiram ações corretivas; e também em relação à sua mensagem; aos canais de comunicação; à logística do evento de apresentação/fala; aos receptores e respectivos feedbacks. Significa dizer: Fique em paz! Você está no controle desses que são os elementos fundamentais da comunicação, e não o contrário.

## 2.7 FATOR CONDICIONANTE 8: ATITUDES PRECEDENTES E INTEGRANTES DA APRESENTAÇÃO

### 2.7.1 Atitudes positivas para antes da apresentação

Antes de entrar nessa abordagem propriamente dita, há que se ressaltar que todos os conteúdos até aqui apresentados, com suas recomendações, métodos e técnicas, são perfeitamente aplicáveis a todo tipo de exposição oral, respeitadas algumas especificidades e implementados as devidas adaptações:

- Apresentação de trabalho acadêmico-científico
- Palestra, discurso, seminário
- Venda
- Treinamento, Capacitação
- Defesa/acusação (Direito)
- Reunião de trabalho
- Preleção/Aula
- Sermão

No tocante à própria apresentação em si, o orador deve estar bastante seguro quanto às seguintes variáveis, como forma de, inclusive, minimizar possíveis estados de tensão:

- a) Finalidade da apresentação/fala. Para quê?
  - Informar/Esclarecer?

- Vender?
  - Divergir? Contra-argumentar?
  - Ensinar?
  - Candidatar-se?
  - Defender/Acusar?
  - Trabalho acadêmico?
  - Convocar/Conclamar?
  - Incentivar/Estimular?
- b) Tema: O quê?
- c) Público: A quem?
- d) Ambiente: Onde?
- e) Motivação: Por quê?
- f) Realidade: Qual o contexto?

Tais elementos estando bem respondidos e devidamente preparados em termos de logística e de organização de informações e objetivos, promoverá um estado de maior tranquilidade, com a consequente alta performance do emissor. Sejam considerados todos os elementos até aqui expostos, como parte de um imenso, mas benéfico checklist a ser devidamente repassado com as cabíveis antecedências e designações de papéis aos responsáveis.

#### **a. Na semana anterior à apresentação:**

Rever pelo menos 3 vezes os slides e demais elementos da apresentação:

- Quantidade (dimensionamento em relação ao tempo)
- Conteúdos
- Sequência
- Revisão ortográfica
- Imagens e gráficos
- Qualidade dos textos (mínimo possível, em fontes legíveis)
- Treinar pelo menos duas vezes a apresentação, com toda equipe.
- Repassar o checklist completo do evento.
- Contato com o(a) orientador(a), só em último caso.

**b. Nas 2 horas antecedentes à apresentação, não revisitar o material elaborado.**

- Não rever os slides.
- Não reler textos.
- Não discutir com os colegas, tópicos da apresentação.

*Tudo o que devia ter sido feito, já o foi.*

**c. Chegar no mínimo 1h mais cedo ao local**

Fazer um reconhecimento do ambiente e testar os equipamentos.

Ter sempre um “Plano B”: Apresentação em meios virtuais e impressos, equipamentos reserva, material suplementar, backups, etc.

**d. 45 A 30 MIN ANTES DA EXPOSIÇÃO, LER UM TEXTO DIFÍCIL, EM VOZ ALTA.**

**e. Controle da ansiedade e do nervosismo**

Após a leitura, faça esse exercício por 10 minutos



- Sentar-se nessa posição, olhando na linha do horizonte.
- Relaxar bem o corpo.
- Inspirar profundamente e expirar normalmente.

**f. Nos 15 min antecedentes, fazer um “Quebra Gelo”**

Antes da apresentação, descontrair-se, conversando com algumas pessoas do auditório.

## 2.7.2 Atitudes positivas para durante a apresentação

**a. Cativar o público já nas primeiras palavras**

- Elogiar sinceramente a plateia
- Dizer uma frase de impacto
- Mostrar os benefícios que as pessoas terão ao assistirem sua apresentação

**b. Lembrar de agradecer às pessoas pela presença e às pessoas de destaque, mencionando seus nomes. Jamais errar nomes.****c. Nunca pedir desculpas e/ou relatar problemas pessoais.**

Problemas com o carro, a voz, a família, a apresentação, etc.

**d. Evitar piada fora do contexto, sem graça, inconveniente, etc.**

Piada, só se souber contar muito bem e se a piada for:

- Relacionada ao tema
- Muito boa
- Simples
- Rápida

**e. Não usar músicas e danças ou movimentações exageradas para conquistar a descontração do público.****f. Evitar apresentar o currículo de forma exagerada. Persuadir mais pelo conteúdo a ser apresentado.****g. Preferir sempre o “nós” ao “eu”.****h. Se alguém perguntar algo, faça a pessoa sentir-se importante:**

- Elogie a pessoa, citando seu nome.
- “Excelente pergunta”! “Que boa sua colocação”! Isto será um incentivo para os demais.

**i. Havendo atitudes hostis**

Alguém ignorando o assunto; saindo antes do tempo; sonolento; ao celular; conversando; agredindo verbalmente.

#### CONTINUAR FIRME:

- Não perder o controle.
- A apresentação deve seguir, e ser a melhor possível.
- Não se intimidar por **fatos isolados**.

#### j. Alguém que interrompe, fazendo pergunta inconveniente/inadequada.

- Elogiar e agradecer a pessoa pela “valiosa participação”;
- Pedir que a pessoa “segure” a pergunta um pouco (daqui a pouco entramos nesse assunto).
- Se pergunta for válida, comentar ou responder ao final da apresentação.

O presente capítulo, bem como os anteriores trazem, pois, um amplo rol de recomendações de ordem práticas, as quais, em sendo implementadas, certamente promoverão um estado de tranquilidade e paz para suas apresentações. São ações e atitudes que têm como peculiaridade, passar por todos os fatores de uma exposição oral, indicando o que se deve e o que não se deve fazer, a fim de alcançar a tão esperada aprovação.

Na sequência serão apresentadas ainda técnicas que contribuem significativamente para que sua apresentação seja um marco na sua história e na história da instituição, ou ainda, na vida dos seus respectivos receptores. Trata-se de uma série de onze telas que orientam como elaborar com a máxima qualidade seus slides.

#### INDICAÇÃO DE VÍDEOS

CURSO DE ORATÓRIA COMPLETO AULA 01 - Escola Zinger

[https://www.youtube.com/watch?v=qUuFK\\_v4boo](https://www.youtube.com/watch?v=qUuFK_v4boo)

PALESTRA OS SEGREDOS DA ORATÓRIA - COMO FALAR EM PÚBLICO - PARTE 1

<https://www.youtube.com/watch?v=9HY8STNQVxM>

## PALESTRA OS SEGREDOS DA ORATÓRIA - COMO FALAR EM PÚBLICO - PARTE 2

<https://www.youtube.com/watch?v=kqquCBpXzKA>

### LEITURAS COMPLEMENTARES

#### ORATÓRIA: UMA VANTAGEM COMPETITIVA

<https://conic-semesp.org.br/anais/files/2019/1000003617.pdf>

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A boa comunicação pessoal é fundamental para o sucesso nas relações interpessoais e profissionais. Ela permite transmitir ideias e sentimentos de forma clara e eficaz, evitando mal-entendidos e conflitos. Uma comunicação eficiente facilita a colaboração, fortalece a confiança e promove um ambiente mais harmonioso. Além disso, contribui para a construção de uma imagem positiva e de credibilidade, essencial para o desenvolvimento pessoal e profissional.

Uma boa comunicação pessoal é essencial para construir e manter relacionamentos saudáveis e produtivos. Ela envolve não apenas a habilidade de falar de forma clara e articulada, mas também a capacidade de ouvir ativamente, compreender e responder de maneira adequada. A comunicação eficaz ajuda a resolver problemas de forma mais eficiente, promove a empatia e fortalece as conexões emocionais. No ambiente profissional, ela é crucial para o trabalho em equipe, a liderança e a negociação. Pessoas que se comunicam bem são frequentemente mais persuasivas e influentes, o que pode abrir portas para novas oportunidades e avanços na carreira. Em suma, investir no desenvolvimento de habilidades de comunicação pessoal é investir no próprio sucesso e bem-estar.

### HORA DE REVISAR

Desenvolver habilidades de oratória requer prática e dedicação. Algumas estratégias úteis incluem:

- **Prática Regular:** Aproveitar todas as oportunidades para falar em público, seja em pequenas reuniões, apresentações formais ou eventos comunitários.
- **Feedback Construtivo:** Buscar feedback de colegas, mentores e audiências para identificar pontos fortes e áreas de melhoria.
- **Estudo de Técnicas:** Ler livros, assistir a vídeos e participar de cursos sobre oratória para aprender técnicas e estratégias eficazes.
- **Autoavaliação:** Gravar e assistir a si mesmo falando em público para avaliar a própria performance e identificar melhorias.

Os princípios fundamentais da oratória fornecem uma base essencial para qualquer orador que deseja comunicar de forma eficaz e impactante. Conhecer o público, estruturar bem o discurso, ser claro e conciso, utilizar a expressividade, construir credibilidade, engajar a audiência e praticar constantemente são elementos-chave para o sucesso na arte de falar em público.

## REFERÊNCIAS

CONQUER. O guia definitivo para falar bem em público. Escola Conquer, 2024. Disponível em: [https://www.ced.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/82/2020/09/EBOOK\\_GUIA\\_PARA\\_FALAR\\_EM\\_P%C3%A9BLICO.pdf](https://www.ced.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/82/2020/09/EBOOK_GUIA_PARA_FALAR_EM_P%C3%A9BLICO.pdf)

FREITAS, Olívia Rocha. **Manual de práticas de oratória.** Brasília, IDP, 2022. Disponível em: <https://wpcdn.idp.edu.br/idpsiteportal/2022/08/Manual-de-praticas-de-oratoria.pdf>

FURINI, Isabel F. **A arte de falar em público.** Editora Ibrasa, 1999.

PEREIRA, Flávio. **Oratória: como falar em público com segurança.** Cérebro e Comunicação: Curitiba, 2010.

POLITO, Reinaldo. **Como falar corretamente e sem inibições.** 109ª ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

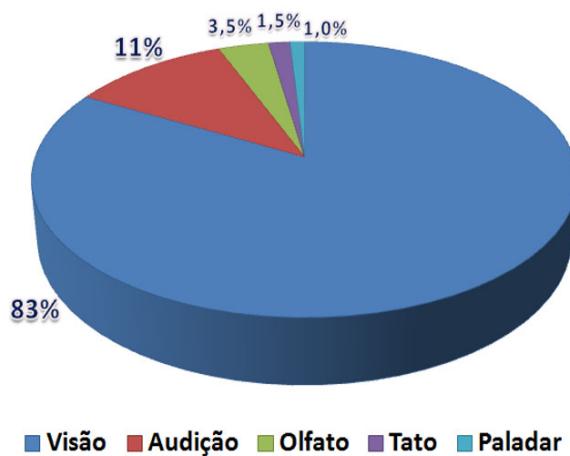
POLITO, Reinaldo. **Vença o medo de falar em público.** São Paulo: Saraiva, 2005.

SANTOS, Ruzia Barbosa dos. **Oratória – guia prático para falar em público.** SENAC, 2009.

## UNIDADE 3: COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL – A LINGUAGEM DO CORPO E DAS IMAGENS

Neste tópico faremos uma revisita ao Fator Condicionante da Comunicação: CANAIS. O nosso gestual pode ser considerado senão o mais, um dos mais importantes canais de comunicação. Por meio dos gestos e expressões podemos exprimir sentimentos e também sentenças completas, e isto sem considerar a própria linguagem de sinais.

De acordo com pesquisa desenvolvida por Oscar M. Ferreira, são esses os percentuais de retenção mnemônica (memorização) através dos sentidos:



O pesquisador ainda apresenta os percentuais de capacidade de retenção de informações após determinado tempo.

Método de Ensino	% de retenção depois de 3 horas	% de retenção depois de 3 dias
Somente oral	70%	10%
Somente visual	72%	20%
Oral e visual simultaneamente	85%	65%

Nas duas exposições fica evidente o elevado destaque das expressões provenientes do gestual humano enquanto canal de comunicação.

Com esta perspectiva em mente, façamos as seguintes análises quanto à nossa capacidade de transmitir informações sem pronunciar uma palavra sequer, ou seja, tão somente pelo canal da linguagem corporal.

## A LINGUAGEM CORPORAL

Duas formas:

- 1) Postural
- 2) Gestual



Mas, afinal, para que servem os gestos, as expressões faciais, a postura e o movimento corporal.

A seguir são apresentadas algumas razões para a utilização da linguagem não verbal:

- Descrever, complementar e reforçar as ideias
- Embelezar a fala
- Substituir palavras
- Dar mais dinamismo à comunicação
- Expressar sentimentos
- Favorecer o entendimento
- Promover a interação com a plateia
- Facilitar a transmissão das mensagens
- Reforçar o que está sendo dito

A linguagem gestual deve ser natural, clara, expressiva, pertinente e harmoniosa.

Vejamos agora o desdobramento das possibilidades que temos em nosso corpo de nos expressar sem falar.

### 3.1 A FACE

É a parte mais importante na linguagem gestual, por ser a região mais observada pelo receptor. O ideal é que a expressão facial seja conveniente e empática.

#### Posição ideal da cabeça

Aquela utilizada ao conversar com alguém:

- Nem alta (arrogância)
- Nem abaixada (insegurança)

### **Expressão Facial**

- Deve relacionar-se à mensagem.
- Indica a confiança do emissor em sua argumentação.

### **Exercícios para uma Expressão Facial mais leve e convincente**

- Fazer caretas para distensionar os músculos faciais.
- Tapar os olhos (para relaxamento dessa região facial)
- Falar diante do espelho e observar as expressões e os movimentos da boca.
- Massagens faciais.
- Leitura de textos difíceis (trava-língua).
- Movimentos exagerados com a boca.

### **3.2 AS MÃOS**

Lembre-se de que após alguns minutos, as mãos vão se soltando naturalmente, dando forma visual ao pensamento.

- Valorizam a mensagem e enriquecem a comunicação.
- Complementam e dão mais vida à exposição.

### **Recomendações quanto às mãos nas apresentações em público**

- Deixar que as mãos acompanhem naturalmente a fala. Se não souber o que fazer com as mãos, simplesmente deixá-las soltas.
- Não ficar passando a mão no nariz, no rosto e nos cabelos (isso denota tensão e ansiedade).
- Evitar ao máximo colocar as duas mãos nos bolsos. No máximo, uma das mãos no bolso, esporadicamente.
- Antes da apresentação, exercitar as mãos, abrindo e fechando (*relaxamento e flexibilidade muscular*)

- Fazer massagens nas mãos.

### 3.3 O OLHAR

A parte mais impactante da linguagem não verbal é o olhar. Por meio dos olhos somos capazes de emitir sentimentos e pensamentos da mais elevada complexidade. Cabe ao emissor estar muito atento a essa força incrível que possuímos, não só no sentido de expressar-se muito bem através dos olhares, mas também no sentido de perceber no olhar dos seus receptores, possíveis mensagens relevantes.

- Olhar para o público e não para o teto ou chão.
- Estabelecer um diálogo visual com os espectadores, demonstrando estar aberto à aproximação, é criar empatia e estabelecer um canal de atitudes receptivas.
- Interação visual = busca de diálogo. Abre-se espaço para um clima de mútua confiança.
- Não olhar só para um ponto da plateia ou do ambiente.
- Olhar, mas não encarar, para não parecer um desafio.

### 3.4 O CORPO

A movimentação do corpo como um todo, mais expressa pelos movimentos realizados através do tronco, indicam nossa postura geral, bem como em quais bases construímos algumas das nossas atitudes. Movimentos muito rápidos, muito lentos, ausência total de movimentação do tronco, giros e voltas realizados de forma grosseira, sem classe, etc., são indicativos de comportamento, revelando, inclusive, traços de caráter. Lembremo-nos de que acompanhando os movimentos do corpo em geral, estão as expressões faciais e os olhares. Portanto, trata-se de um conjunto de expressões que dão força ou não à mensagem.

#### O que fazer?

- Mover-se com naturalidade;

- Manter o corpo reto, demonstrando segurança, convicção (reto, mas sem excesso; não militar);
- Girar o corpo (sem exagerar) na direção em que se olha;
- Manter-se, sempre que possível, na postura clássica.
- Espaços pequenos e descontraídos pedem gestos menores;
- Espaços abertos, grandes e formais pedem gestos amplos;
- Gestos vigorosos traduzem sentimentos mais intensos.

### 3.5 APRESENTAÇÕES GRÁFICAS

#### A TELA DE ABERTURA

Apresentar uma tela inicial com o slogan/título da apresentação. É a “Capa” da apresentação.



MONTANDO OS SLIDES - Dez Recomendações muito úteis. É a “Cara” da apresentação.

- Os slides são apenas guias para a fixação de pontos chave.
- Usar apenas expressões-chave e ilustrações.
- Se usar textos, que sejam mínimos.
- Simplicidade, clareza e leveza são as palavras de ordem.

*A suas telas de apresentação devem ser elaboradas com a máxima criatividade e com muita simplicidade, clareza e leveza. “Com pouco, se diz muito”.*



*Trabalhando com essa perspectiva, você demonstrará muita criatividade, e trabalhará com menos textos e apresentando mais “significados” que textos, propriamente.*

### Porque MUDAR/INOVAR é vital



*Imagens que expressem muito significado devem ser suficientes pra que você faça uma grande explanação sobre determinado assunto. É totalmente dispensável encher a tela de textos.*

*Se forem necessários, que não passem de 5 a 6 linhas, com fontes bem legíveis e fundos contrastantes com a cor da fonte.*

### 3. PADRÃO



*Elabore suas telas com equilíbrio e combinações perfeitas de cores.*

*Não use cores e combinações gritantes.*

*Faça de tal forma que esses elementos (cores e combinações não roubem a cena e que não fiquem mais chamativos que o próprio conteúdo.*

### 2. AS CORES



Esse é um exemplo de uma tela muito bem elaborada em termos de escolha e combinação de cores.

Tudo muito leve, claro, sem exageros.

Sem cansar o receptor e, mais importante ainda, dando a mensagem sem excesso de textos.

Enfim, algo agradável de se ver.



Tudo errado nessa tela. Simplesmente jamais use esse tipo de combinação.

Mensagem totalmente comprometida e receptor decepcionado por não entender quase nada.



*Seguir um padrão bem recorrente, tanto nas fontes utilizadas como na distribuição de textos, imagens e animações.*

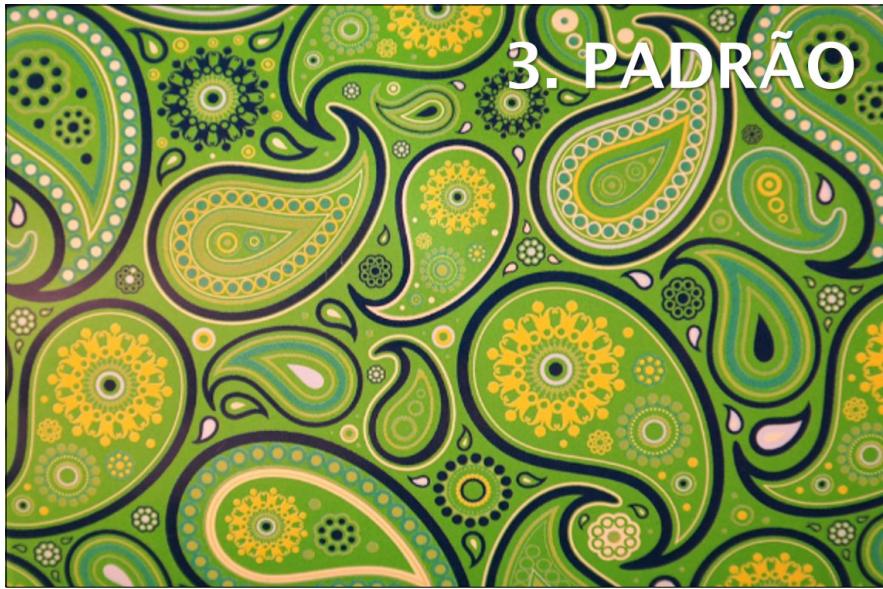
*Evitar que a apresentação se transforme em um “show pirotécnico”.*

*Obs.: O elemento que ocupará o “primeiro plano” da imagem também deve ser inserido com equilíbrio e sobriedade.*

*Perceba isto no elemento de primeiro plano (3. PADRÃO), da tela ao lado.*

*A escolha sábia e criativa do tipo e tamanho das fontes é imprescindível para que a apresentação ganhe em força, clareza, objetividade e beleza.*

*Tudo pode ser comprometido se não forem aplicadas as fontes corretas.*



## 4. FONTES MAIS RECOMENDADAS

Times New Roman (Título 40, Texto 32)

Arial (Título 36, Texto 28 ou 32)

Verdana (Título 32, Texto 24 ou 28)

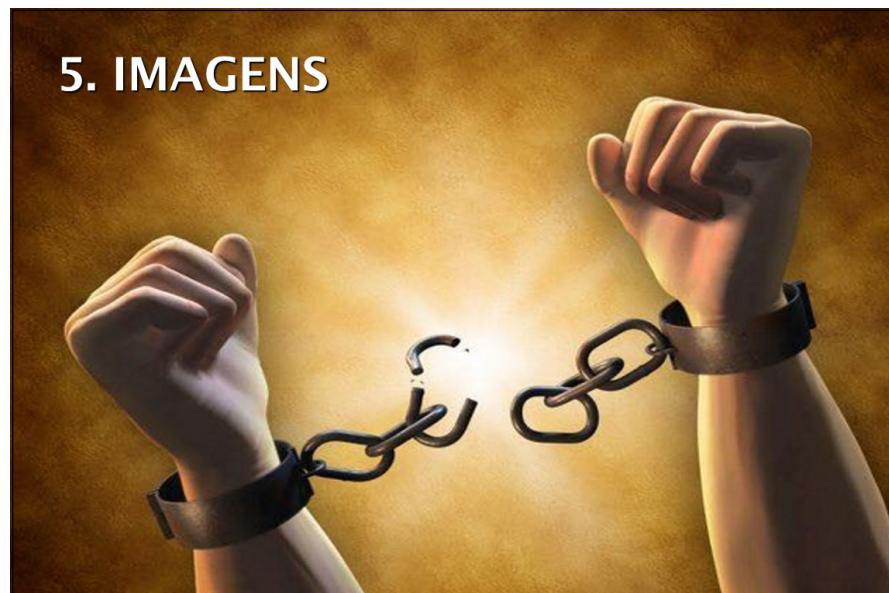
Lucida Sans (Título 36, Texto 28 ou 32)

Segoe UI Semibold no Título (36 ou 40) e  
 Segoe UI Symbol no texto (28 ou 32)

*Toda apresentação deve ser repleta de imagens. Elas devem ser inseridas como forma de reforçar e ilustrar a mensagem e também de, em alguns casos, serem a própria mensagem.*

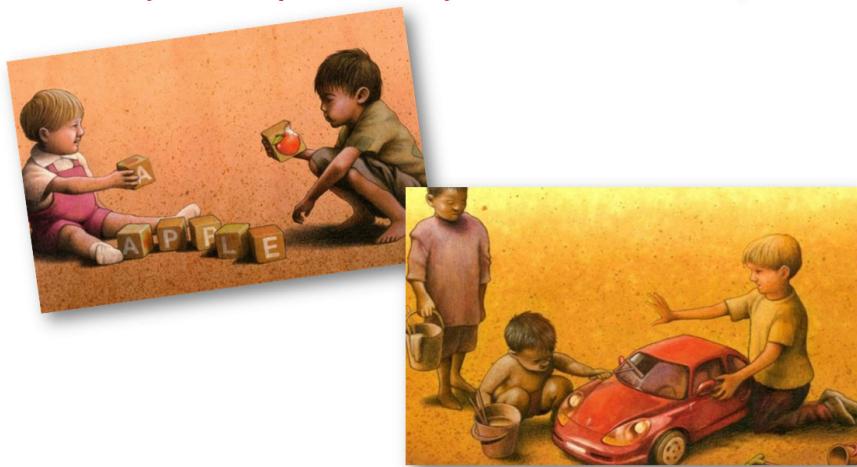
*As imagens não devem ser mera ornamentação, mas também elementos da própria comunicação.*

## 5. IMAGENS

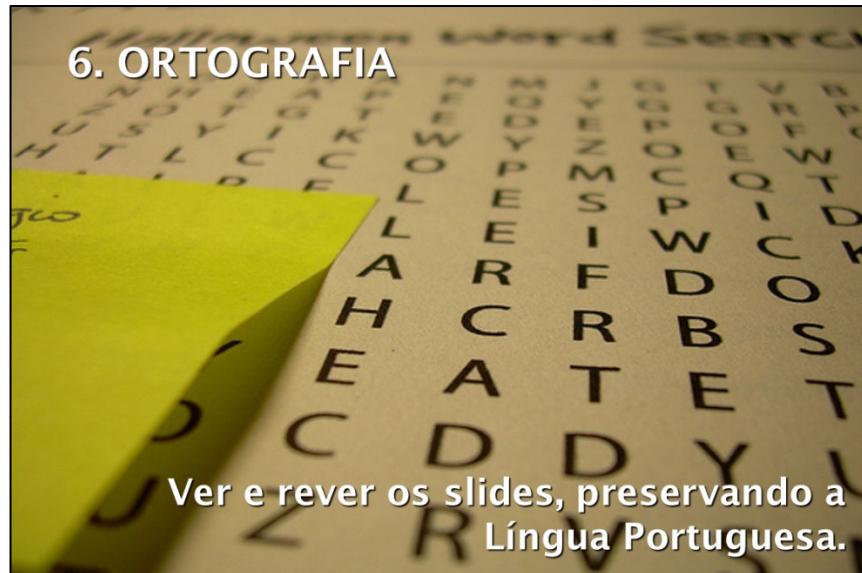


*Procure causar impactos mais intensos em seus receptores, com a escolha de imagens mais fortes e que carreguem amplos significados.*

**Expressões e imagens mais impactantes**  
**Força na apresentação (maior assimilação)**



*Erros de português nos textos que constam dos slides são agressivos e demonstram fragilidade do emissor. Os erros ficam “martelando” na cabeça do receptor o tempo todo, roubando sua atenção para com a mensagem que este sendo repassada.*



*Telas com excesso de texto, como esse exemplo ao lado, são inaceitáveis.*

*Não há qualquer possibilidade de leitura e interpretação por parte do receptor, o qual irá desprezar essa tela. Fica cansativo e sem qualquer clareza e objetividade.*

Assertividade: o verdadeiro significado deste conceito  
 Publicado em ago 28, 2015

Cesar Nunes\*

Uma das coisas que mais me fascina é observar como as pessoas que estão normalmente de bem com a vida agem. Gosto de ver como resolvem seus problemas, como usam o “jogo de cintura” e como ultrapassam seus desafios de uma forma aparentemente simples. Notei que todas tem uma qualidade que, com certeza, faz muita diferença: a Assertividade, uma das nossas principais competências emocionais.

A palavra Assertividade, hoje é a bola da vez, porém, muitas vezes, tem sido usada de forma errada, pois é frequentemente relacionada a acerto; daí tanta confusão com o conceito. Ela não está ligada ao que é certo ou errado, se assim o fosse, deveria ser escrita com C, “acertividade” palavra não existente na língua portuguesa, pelo menos por enquanto.

Assertividade está ligada à nossa maneira de expor e defender nossas posições. Uma pessoa assertiva é transparente nas suas intenções e colocações.

Vamos começar a falar o que não é Assertividade

Comportamento Agressivo:

Muitos justificam sua agressividade e falta de tato no trato com as pessoas em nome da assertividade, dizendo: “Eu sou franco, sou sincero, digo o que penso na cara!!!”.

Normalmente o agressivo está sempre ansioso por vencer, pouco se importa com os outros, pois para ele, o importante são seus desejos. Costuma jogar a culpa nos outros, critica as pessoas e não seus comportamentos, interrompe, é autoritário e tem “pavio curto”.

Assertividade não deve ser confundida agressividade, sarcasmo, com comentários maliciosos, hostis e humilhantes. As pessoas que tem estes comportamentos defendem os seus direitos, mas o fazem à custa da violação dos direitos dos outros.

Comportamento Passivo:

Os passivos são pessoas que falham na comunicação das suas necessidades ou preferências, emoções e opiniões. Na medida em que a pessoa que tem este comportamento é a primeira a violar os seus próprios direitos, acaba por dar ao outro a permissão para ele também o fazer.

A pessoa passiva evita confrontos, espera que adivinhem seus desejos e está sempre muito preocupada com a opinião dos outros. Por não saber dizer não, assume muito mais do que é capaz de fazer para não contrariar a quem está pedindo. Deixa suas prioridades em segundo plano para atender aos outros, elas normalmente têm problemas para solicitarem algo que é legítimo e raramente se posicionam quando não estão de acordo.

## 7. TEXTOS

O texto da tela anterior deve ser convertido no padrão ao lado, no qual são apresentados apenas os títulos essenciais do texto, os quais deverão ser explicados verbalmente pelo emissor, com eventuais intervenções do receptor.

## ASSERTIVIDADE

### Atitudes Assertivas

1. Auto estima
2. Determinação
3. Empatia
4. Adaptabilidade
5. Auto controle
6. Tolerância à frustração
7. Sociabilidade



É muito importante que os slides sejam colocados em ordem sequencial ideal, de forma que não seja necessário voltar e avançar várias vezes, o que atrapalha bastante a concentração de emissor e receptor.

A ordenação aqui referida também leva em conta a necessidade de se respeitar a própria sequência lógica do raciocínio e da sequência metodológica do trabalho.

As ilustrações devem estar presentes não só como meio de reforçar a mensagem, mas também para promover momentos de descontração no ambiente.

Imagens cômicas podem ser trazidas, desde que comedidas e equilibradas, bem como, se possível, relacionadas à mensagem principal.

## 8. SEQUÊNCIA DOS SLIDES



Manter uma sequência lógica, evitando o vai e volta nos slides.

## 9. Ilustrações para Descontração



*Ao final, deixe uma mensagem para seu público ou recapitule o que você gostaria que eles levassem da sua apresentação.*

## 10. DEIXAR UMA MENSAGEM



São diversas as ocasiões em que devem ser apresentados slides nas apresentações. Temos, por exemplo, apresentação de trabalhos acadêmico-científicos, aulas, palestras, reuniões de trabalho, em algumas vendas também podem ser apresentados slides, treinamentos, etc.

Ora, conforme visto anteriormente, os slides são canais de comunicação. Através deles são transmitidas diversas mensagens que devem chegar aos receptores com a máxima qualidade possível de forma que a comunicação não só não seja comprometida, mas que possa sim, ser enriquecida.

Nossa capacidade de memorização e retenção é muito mais acentuada em função do que “vemos”, acima até mesmo daquilo que “ouvimos”. Assim, recomenda-se a maior atenção possível na composição das suas telas.

### INDICAÇÃO DE VÍDEOS

Aula 1: Desvendando os Segredos da Comunicação Não Verbal

<https://www.youtube.com/watch?v=u2K2xrLDycQ>

CURSO DE ORATÓRIA COMPLETO AULA 02 - VOZ (Escola Zinger)

<https://www.youtube.com/watch?v=ANFqTxxozfw>

## LEITURAS COMPLEMENTARES

COMUNICAÇÃO VERBAL E NÃO VERBAL: FATORES QUE INFLUENCIAM AS RELAÇÕES ENTRE LÍDERES E LIDERADOS

<https://revistavox.metropolitana.edu.br/wp-content/uploads/2021/07/02.pdf>

Oratória – comunicação social

<https://esesp.es.gov.br/Media/esesp/Apostilas/oratoria.pdf>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação não verbal é o processo de transmitir significados sem o uso de palavras, utilizando expressões faciais, gestos, postura corporal, contato visual, tom de voz e até a aparência pessoal. Essa forma de comunicação é crucial porque muitas vezes complementa, reforça ou até substitui a comunicação verbal, ajudando a transmitir emoções e intenções de maneira mais eficaz.

Expressões faciais, por exemplo, são universais e podem comunicar emoções como felicidade, tristeza, raiva e surpresa, independentemente da língua falada. Gestos e posturas podem indicar atitudes, estados emocionais e níveis de engajamento. O contato visual é particularmente importante, pois pode expressar interesse, atenção, e até dominação ou submissão em interações sociais.

O tom de voz, incluindo ritmo, volume e inflexão, também faz parte da comunicação não verbal e pode alterar completamente o significado das palavras ditas. A aparência pessoal, incluindo vestimenta e higiene, pode influenciar percepções de profissionalismo, confiança e respeito.

Entender e utilizar efetivamente a comunicação não verbal é essencial em diversas áreas, como negociações, entrevistas de emprego e interações pessoais. Ela ajuda a construir relacionamentos, resolver conflitos e transmitir mensagens de forma mais completa e intuitiva, mostrando que o que não é dito pode ser tão poderoso quanto as palavras em si.

## HORA DE REVISAR

A comunicação não-verbal desempenha um papel fundamental na oratória, complementando e reforçando a mensagem verbal. Gestos, expressões faciais, postura e contato visual são apenas alguns dos elementos que compõem a comunicação não-verbal. Este capítulo explora a importância e as técnicas da comunicação não-verbal para aprimorar a eficácia do discurso.

## 1. Importância da Comunicação Não-Verbal

A comunicação não-verbal pode influenciar significativamente a maneira como a mensagem é percebida pela audiência. Estudos mostram que a maior parte da comunicação humana é não-verbal, o que destaca a importância de dominar esses elementos. Benefícios da comunicação não-verbal eficaz incluem:

- **Reforço da Mensagem:** Gestos e expressões faciais podem enfatizar pontos-chave e tornar a mensagem mais memorável.
- **Engajamento da Audiência:** Uma linguagem corporal positiva e expressiva ajuda a manter o interesse e a atenção da audiência.
- **Transmissão de Emoções:** A comunicação não-verbal permite ao orador expressar emoções e criar uma conexão emocional com a audiência.
- **Credibilidade e Confiança:** Uma postura confiante e um contato visual firme transmitem credibilidade e aumentam a confiança da audiência no orador.

## 2. Elementos da Comunicação Não-Verbal

Existem vários componentes da comunicação não-verbal que um orador deve considerar:

- **Postura:** Uma postura ereta e aberta demonstra confiança e prontidão. Evite cruzar os braços ou adotar posturas fechadas, que podem parecer defensivas ou desinteressadas.
- **Gestos:** Use gestos naturais para complementar e ilustrar suas palavras. Gestos exagerados ou excessivos podem distrair a audiência, enquanto gestos sutis podem passar despercebidos.
- **Expressões Faciais:** As expressões faciais devem estar alinhadas com a mensagem verbal. Sorrir, por exemplo, pode criar um ambiente amigável

e acolhedor, enquanto expressões sérias podem transmitir autoridade e seriedade.

- **Contato Visual:** Manter contato visual com a audiência cria uma conexão e demonstra confiança. Evite olhar fixamente para uma única pessoa ou desviar o olhar constantemente, pois isso pode parecer inseguro ou desinteressado.
- **Movimento:** Movimentar-se pelo palco de maneira controlada pode ajudar a manter o interesse da audiência. No entanto, movimentos excessivos ou erráticos podem distrair. Encontre um equilíbrio entre ficar parado e se mover estrategicamente para enfatizar pontos importantes.
- **Proxemia:** Refere-se ao uso do espaço pessoal e à distância entre o orador e a audiência. Aproximar-se da audiência pode criar uma sensação de intimidade e envolvimento, enquanto manter uma distância apropriada evita a invasão do espaço pessoal.

### 3. Técnicas para Melhorar a Comunicação Não-Verbal

Para aprimorar sua comunicação não-verbal, considere as seguintes técnicas:

- **Consciência Corporal:** Esteja ciente de sua postura, gestos e expressões faciais. Pratique em frente a um espelho ou grave-se em vídeo para identificar áreas de melhoria.
- **Coerência:** Certifique-se de que sua comunicação não-verbal esteja alinhada com sua mensagem verbal. Inconsistências podem causar confusão ou parecer desonestas.
- **Feedback:** Peça feedback de amigos, familiares ou colegas sobre sua comunicação não-verbal. Às vezes, estamos inconscientes de certos hábitos ou gestos que podem ser percebidos de maneira negativa.
- **Imitação Positiva:** Observe oradores eficazes e imite suas técnicas de comunicação não-verbal. Note como eles usam gestos, expressões faciais e movimentos para envolver a audiência.
- **Relaxamento e Naturalidade:** Evite parecer forçado ou artificial. A naturalidade e a espontaneidade são mais eficazes para criar uma conexão genuína com a audiência.

- **Respiração e Pausas:** Use a respiração para controlar o ritmo do discurso e fazer pausas estratégicas. Pausas permitem que a audiência processe a informação e adicionam ênfase aos pontos importantes.

## REFERÊNCIAS

Blikstein, I. **Como falar em público.** São Paulo: Ática, 2006.

CONQUER. **O guia definitivo para falar bem em público.** Esola Conquer, 2024. Disponível em: [https://www.ced.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/82/2020/09/EBOOK\\_GUIA\\_PARA\\_FALAR\\_EM\\_P%C3%99ABLICO.pdf](https://www.ced.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/82/2020/09/EBOOK_GUIA_PARA_FALAR_EM_P%C3%99ABLICO.pdf)

FREITAS, Olívia Rocha. **Manual de práticas de oratória.** Brasília, IDP, 2022. Disponível em: <https://wpcdn.idp.edu.br/idpsiteportal/2022/08/Manual-de-praticas-de-oratoria.pdf>

PEASE, Allan & Barbara. **Desvendando os Segredos da Linguagem Corporal.** Rio de Janeiro: Sextante, 2010.

## UNIDADE 4: O RIGOR ORTOGRÁFICO

A língua portuguesa é riquíssima e traz muitas possibilidades para construções textuais diferenciadas. Infelizmente, somos propensos, muitas vezes, a ignorar algumas regras e normas, prejudicando a recepção, decodificação e assimilação da mensagem por parte do receptor. A verdade é que erros de português em nossas apresentações fazem-nas empobrecidas e indicam falta de consideração do emissor pelos presentes e para com a própria mensagem, já que fica evidenciado que, *“Puxa vida! Ele(a) nem se preocupou em elaborar com cuidado essa apresentação, pois sequer fez uma revisão ortográfica”!* Será que não transitam esses pensamentos e comentários durante nossas apresentações?

Textos e/ou expressões verbais apresentados com um ou mais erros de português, além de empobrecerem e tornarem “feia” a apresentação, a demonstração, a explicação, etc., podem provocar situações constrangedoras, desconfortáveis e até perigosas, já que uma interpretação errada pode acarretar decisões também erradas do receptor. Senão, vejamos esse exemplo que um texto que, a depender de uma pontuação, pode significar a diferença entre a vida e a morte de alguém:

➤ PERDÃO IMPOSSÍVEL. QUE CUMPRA A PENA.

*Assinado, o Imperador.*

➤ PERDÃO. IMPOSSÍVEL QUE CUMPRA A PENA.

*Assinado, o Imperador.*

---



Analisemos, agora, algumas possibilidades de erros que podem ser cometidos, empobrecendo o contexto da comunicação e comprometendo-a parcial ou totalmente.

### 1. PRONÚNCIAS PARCIAIS

Omissão do "s" e do "r" nos finais e "í", intermediários.

Primeiro	Primero
Janeiro	Janero
Comunicamos	Comunicamo
Levamos	Levamo
Precisar	Precisá
Trazer	Trazê

### 2. REGIONALISMOS/SOTAQUES

Compramos	Compremo
Chegamos	Cheguemo
Carroça	Caroça
Aparelho de som	Aparelho de são

### 3. EXPRESSÕES QUE TRANSMITEM INSEGURANÇA

Podem ser considerados erros, a depender do momento em que são expressas. Não são erros de escrita, em si, mas de posicionamento estratégico na fala.

- Quem sabe
- Talvez
- Pode ser
- Me parece que
- Eu acho
- Não sei exatamente
- Não tenho certeza

#### 4. EXPRESSÕES FALHAS

##### Má concordância:

(Homens) Muito obrigado... Obrigado...

(Mulheres) Muito Obrigada... Obrigada...

##### Eco:

Então, eu não farei questão da promoção, da qual já sabia de antemão.

#### 5. ESTRANGEIRISMOS

As imagens a seguir, falam por si mesmas.



#### 6. MENSAGEM SOBRECARREGADA

É mais prudente e torna as mensagens mais claras e leves, a técnica da concisão para a objetividade. Vejamos um clássico exemplo de uma placa indicativa de ramo comercial, na qual o proprietário poderia ser mais conciso, mais econômico nas palavras, sem, contudo, deixar de indicar seu ponto

comercial, ou até mesmo fazendo essa indicação de forma mais clara e criativa. A finalidade principal da apresentação desse exemplo é nos conscientizar de que podemos dizer a mesma coisa sem cometer excesso de textos, sem ser prolixos.

Fazendo uma CONCISÃO consciente, sem perder a tônica da mensagem que deve ser passada aos receptores:

- 1) Se a peixaria é aqui e não em outro lugar, se ela está bem visível ali mesmo, naquele local em que a placa foi colocada, por que da informação “AQUI”?
- 2) Se o estabelecimento não dá peixes e nem os empresta, por que a informação “VENDE-SE”?
- 3) Se o estabelecimento não trabalha com peixes “não frescos”, por que a informação “FRESCO”? E se trabalhasse com peixes não frescos, deveria estar escrito isto na sua fachada?
- 4) Se é uma peixaria, por que a informação “PEIXE”?

**AQUI PEIXARIA**  
**Vende-se peixe fresco**

**PEIXARIA**  
**Vende-se Peixe fresco**

**PEIXARIA**  
**Peixe fresco**



## 7. CACÓFATOS

- Senhoras e senhores, vou lutar por cada um na minha próxima gestão.
- Saibam que o nosso hino é o mais lindo.
- Assim, a busca dela é de extrema importância!
- Prezados amigos, na mesma hora, vi que ela tinha fugido!

*(Alguns cacófatos geram palavrões)*

## 8. PLEONASMOS / REDUNDÂNCIAS

- Vamos entrar para dentro, para iniciar a reunião.
- Basta passar a rua, descer pra baixo e virar...
- Assim, ele encarou de frente o problema.
- Elo de ligação...
- Certeza absoluta...
- Acabamento final...
- Superávit positivo...
- Conviver junto...
- O novo lançamento...
- Surpresa inesperada...
- Há outra alternativa...



## 9. BARBARISMOS

- Solicitei sua *rúbrica* (rubrica)
- Estou com *pobremas* pra resolver (problems)

- O segurança *deteu* o suspeito (deteve)
- *Houveram* muitos erros de grafia (houve)
- Se eu *ir* aí (for)
- Ele é o *mais maior* da turma (ele é o maior...)
- Desejo *comprimentar* a todos (cumprimentar)
- Vou assistir *o* filme (...ao filme)
- *Sobrou* muitas vagas (sobraram)
- *Proibido* a entrada (proibida)
- *Pronúncia, morfologia, semântica, concordância, regência, etc.*)

## 10. ACENTUAÇÃO/PONTUAÇÃO

- A palestra será *as* 12h (às)
- A palestra será *às* 12h15 (as)
- Fica *à* 12km (a)
- Entregou o dinheiro *à* seu amigo (a)
- Ao chegar *à* cidade, verificou que tudo havia mudado.

## UMA MENSAGEM PRA VOCÊ

“O sucesso é uma conquista confirmada em cada passo dado, em cada obstáculo transposto, em cada ação realizada, e não simplesmente em uma ‘medalha obtida no alto do pódio, ao final da prova’. Construa seu sucesso de tal forma que, ao final da prova, ao receber sua medalha, ela traga outros significados, além do seu mero valor extrínseco. Ela deverá estar impregnada de todo seu suor e de todas as suas lágrimas. Aliás, esse será, de fato, o maior valor da sua vitória”.

Prof. Ivan Bim Requena

## INDICAÇÃO DE VÍDEOS

Ortografia. Aula Completa

<https://www.youtube.com/watch?v=w2k-HxZm594>

## LEITURAS COMPLEMENTARES

Uma visão tranquila e científica do novo Acordo Ortográfico

<https://www.scielo.br/j/ea/a/PKZbZCQKhXZBdQs37wf4Phk/>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ortografia é o conjunto de normas que rege a forma correta de escrever as palavras de uma língua. Ela é fundamental para garantir a clareza e a uniformidade da comunicação escrita, permitindo que os textos sejam compreendidos de maneira precisa por todos os falantes de um idioma. No caso da língua portuguesa, a ortografia é regida pelo Acordo Ortográfico, que visa unificar a escrita entre os países lusófonos.

Dominar a ortografia é crucial para evitar mal-entendidos e erros de interpretação. Erros ortográficos podem comprometer a credibilidade de um texto e a imagem do autor, especialmente em contextos profissionais e acadêmicos. Além disso, a correta aplicação das regras ortográficas é essencial para a coesão textual e a fluidez da leitura.

Para melhorar a ortografia, é importante ler regularmente, praticar a escrita e estudar as regras gramaticais. O uso de ferramentas de correção ortográfica pode ser um auxílio valioso, mas o conhecimento das normas é indispensável. A ortografia, portanto, não é apenas uma questão de estética, mas um componente essencial para a eficácia da comunicação oral e escrita, refletindo a educação e a cultura do emissor.

## HORA DE REVISAR

Escrever corretamente na língua portuguesa é fundamental por várias razões que se estendem desde a comunicação eficaz até a valorização cultural. Vamos explorar algumas dessas razões:

### 1. Clareza e Precisão na Comunicação

Escrever corretamente ajuda a transmitir ideias de maneira clara e precisa. Erros gramaticais e ortográficos podem causar mal-entendidos e confusão. Uma comunicação escrita clara é essencial em ambientes acadêmicos, profissionais e pessoais.

## 2. Credibilidade e Profissionalismo

A forma como escrevemos reflete nossa educação e profissionalismo. Textos bem escritos transmitem uma imagem de competência e confiabilidade. Em contextos profissionais, como e-mails, relatórios e apresentações, a escrita correta é crucial para estabelecer credibilidade.

## 3. Valorização da Cultura e da Identidade

A língua é uma parte essencial da identidade cultural. Escrever corretamente é uma forma de preservar e valorizar a riqueza da língua portuguesa, respeitando suas normas e tradições. Além disso, ajuda a manter a coesão social e cultural entre falantes do português.

## 4. Acesso a Oportunidades

Muitas oportunidades acadêmicas e profissionais exigem habilidades de escrita avançadas. Provas, concursos, entrevistas e publicações acadêmicas frequentemente requerem um domínio elevado da escrita. Quem escreve corretamente tem mais chances de sucesso nessas áreas.

## 5. Facilidade na Aprendizagem

A correta utilização da língua portuguesa facilita a aprendizagem de outras disciplinas. Textos bem estruturados e sem erros são mais fáceis de entender e estudar, promovendo um melhor desempenho acadêmico.

## 6. Expressão de Pensamento Crítico

A escrita correta permite uma melhor organização e expressão do pensamento crítico. Articular ideias complexas de maneira clara e coerente é essencial para debates, discussões e argumentações efetivas.

## 7. Influência e Persuasão

Textos bem escritos têm maior poder de influência e persuasão. Em marketing, publicidade, política e outras áreas, a habilidade de escrever de forma correta e convincente pode determinar o sucesso de uma campanha ou mensagem.

## 8. Satisfação Pessoal e Autoconfiança

Dominar a escrita na língua portuguesa pode proporcionar uma sensação de realização pessoal e aumentar a autoconfiança. Saber que somos capazes de nos expressar corretamente é um fator motivador e gratificante.

### **Dicas para Escrever Corretamente**

**Leia Regularmente:** A leitura de livros, jornais e revistas ajuda a familiarizar-se com a gramática e a ortografia corretas.

**Pratique a Escrita:** Escrever regularmente, seja em diários, blogs ou redações, melhora a habilidade de escrita.

**Revise Seus Textos:** A revisão é essencial para identificar e corrigir erros.

**Estude Gramática:** Conhecer as regras gramaticais e ortográficas é fundamental para escrever corretamente.

**Use Ferramentas de Correção:** Ferramentas de correção ortográfica e gramatical podem ser úteis, mas não devem substituir o conhecimento das regras.

Escrever corretamente na língua portuguesa é uma habilidade valiosa que pode abrir portas e proporcionar uma comunicação mais eficaz e gratificante.

## **REFERÊNCIAS**

ARAKAWA, Maricelia Brochado. **Português instrumental**. Brasília: Escola Técnica de Brasília, 2014.

CASTILHO, Ataliba T. de. **Nova Gramática do Português Brasileiro**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

KELLER, Tatiana. **Caderno didático - Fonética e Fonologia do Português**. Santa Maria: UFSM, 2019.

PEREIRA, Marli Hermenegilda. **Português V: volume 1**. Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2015.

MONTEIRO, Cláudia Guerra. **Português Instrumental**. Manaus: UFAM, 2009.

## MATERIAL COMPLEMENTAR

### EXERCÍCIOS EM ORATÓRIA

#### 1) ALONGAMENTOS

##### **Inclinações da Cabeça**

- Ombros relaxados
- Braços soltos ao longo do corpo
- Deixar a cabeça pender para o lado direito (ouvido no ombro), por 20 segundos
- Idem lado esquerdo
- Idem para frente
- Idem para trás (boca aberta), sem forçar a nuca.

##### **Circular de Ombros**

- Ombro **Direito** - com movimentos cinco voltas para trás, e cinco volta para frente.
- Ombro **Esquerdo** - a mesma movimentação.
- Circular os **ombros juntos** para trás devagar, respirando três vezes e para frente três vezes.

##### **Circular de PESCOÇO**

- Com a cabeça inclinada para frente (queixo sobre o tórax), iniciar uma série de cinco voltas completas da direita para a esquerda.
- Repetir o mesmo movimento, da esquerda para a direita.

#### 2) RELAXAMENTO MUSCULAR DOS MAXILARES

##### **Lateralização**

- Abrindo a boca e movimentando o maxilar para a direita e para a esquerda.

##### **Abertura total**

- Abrindo bem a boca por alguns segundos.

##### **Projeção anterior**

- Com a língua na posição de repouso, projetando-se o maxilar para a frente, permanecendo assim por alguns segundos.

##### **Projeção posterior**

- Com a ajuda de um dedo, fazendo-se um recuo do maxilar por alguns segundos.

#### 3) RESPIRAÇÃO

- O ato de respirar pode ser dividido em 2 momentos: a inspiração (entrada de ar) e a expiração (saída de ar).

- Inspirar e expirar com a máxima amplitude possível, mantendo-se a inspiração e expiração pelo maior tempo possível, também.
- É indispensável a postura correta para uma boa respiração.

## **TREINO DO AUMENTO DA CAPACIDADE PULMONAR**

### **Diafragma e Intercostais**

Em pé, fazendo a respiração diafragmática, e expandindo as laterais do tórax.

*Colocar as mãos no abdômen para perceber a expansão.*

### **Solução Inspiratório**

Inspirar aos poucos pelo nariz até encher o pulmão: inspirar - pausa - inspirar pausa - inspirar o máximo - soltar o ar de vez pela boca.

### **Expiração Abreviada**

Inspirar fundo normalmente (nariz) e soltar um pouquinho; inspirar fundo outra vez e soltar um pouquinho; inspirar mais uma vez, até sentir o pulmão o mais cheio possível, e soltar de uma vez pela boca.

### **Exercícios de Respiração**

- Praticar respiração diafragmática à noite, antes de dormir.
- Utilizar um peso sobre a barriga, ao praticar a respiração diafragmática (um livro, por exemplo).
- Se puder usar uma piscina, praticar, retendo a respiração ao máximo, várias vezes.

## **TREINO DO CONTROLE DIAFRAGMÁTICO**

### **Inspiração Profunda**

Inspirar profundamente pelo nariz, e soltar pela boca, em "sss", demorando o maior tempo possível.

### **Exercício da vela**

Soprar a vela a uma pequena distância (cerca de 1 palmo) sem apagar a chama, e mantendo-a em equilíbrio na posição oblíqua.

## **4) RELAXAMENTO VOCAL**

- Pneu furado: "Ffffffff" (5X)
- Chuva: "XXXXXXXX" (5X)
- Metralhadora: "Rrrrrrrrrr". (*tremular língua no céu da boca*). (5X)

## **5) REVERBERAÇÃO VOCAL**

- M boca fechada: movimentos de mastigação com a boca fechada e com o som de M. Focar bem nos lábios (pode e deve coçar a boca)
- BR: movimento do lábios de BR sonoro. Oscilar 3x no tom grave e 3x no tom da fala, e 3x no agudo (o grave e o agudo devem ser os que se fala e não sons forçados)
- Ascendente: ainda em BR do grave para o agudo direto e em uma respiração.
- Descendente: ainda em BR do agudo para o grave.

## 6) ARTICULAÇÃO VOCAL E DICÇÃO

“Frases para praticar com encontros consonantais, de difícil leitura, aconselhando-se que se faça leitura destas frases, mordendo um lápis”, construindo-se desta forma uma melhor dicção.

- O prestidigitador prestativo e prestatário está prestes a prestar a prestidigitação prodigiosa e prestigiosa.
- A prataria da padaria está na pradaria prateando prados prateados.
- Branca branqueia as cabras brabas nas barbas das bruacas e bruxas branquejantes.
- Trovas e trovões trovejam trocando quadros trocados entre os trovadores esquadinhados nos quatro cantos.
- As pedras pretas da pedreira de Pedro pedreiras são os pedregulhos com que Pedro apedrejou três pratos pretos.
- O grude da gruta gruda a grua da gringa que grita e, gritando, grimpa a grade da gruta grandiosa.
- No quarto do crato eu cato quatro cravos cravados no crânio da caveira do craveiro.
- O lavrador é livre na palavra e na lavra, mas não pode ler o livro que o livreiro quer vender.
- O rato roeu a roupa do rei de Roma. A rainha raivosa rasgou o resto.

## 7) Outros exercícios para melhor a DICÇÃO:

**Pronunciar em voz alta, exageradamente, as vogais.**

- Aaaaaaa – Eeeeeee – Éééééé – Iiiiiii – Ooooooo – Óóóóóó – Uuuuuuu.

**Pronunciar sílabas que contenham R e L, com todas as consoantes, acentuando-as exageradamente:**

- Brrra, brrre, brrri, ... Bllla, bllle, blli, ...
- Crrra, crrre, crrri, ... Cllla, clle, clli, ...
- Drrra, drre, drri, ... Dllla, dlle, ...
- Frrra, frre, frri, ... Fllla, flle, ...

## 8) OUTRAS PRÁTICAS MUITO IMPORTANTES NOS EXERCÍCIOS DE ORATÓRIA

- Leitura em voz alta
- Leitura com um lápis na boca (mordendo o lápis). Idem rolha de garrafa.
- Falar em frente ao espelho e perceber a movimentação facial (principalmente dos lábios)
- Praticar, durante as leituras em voz alta, a ENTонаÇÃO (voz mais forte, mais fraca, mais alta, mais baixa), as PAUSAS, a VELOCIDADE (mais rápido e mais lento).
- Exercícios de alongamento, respiração, reverberação e relaxamento.