

AS ETAPAS DE UMA APRESENTAÇÃO

É mais do que normal sentir-se apreensivo antes de uma apresentação. A sabedoria está em reconhecer o sentimento sem deixar que ele o transtorne. Uma boa maneira de driblar o medo e a insegurança é utilizar a adrenalina como motivadora para o alcance de sua meta: realizar uma apresentação eficaz.

Mas para realizar uma apresentação eficaz, é preciso antes planejar a apresentação, tendo em vista os seguintes itens:

- O que comunicar? (o tema/conteúdo)
- Para quê? (os objetivos)
- Para quem? (o público-alvo)
- Como? (as técnicas de apresentação)
- Quanto tempo? (a duração)
- Quando? (a data)
- Onde? (o local)

Em resumo é preciso:

- **Definir o PROPÓSITO**

Em muitos casos, o propósito de uma apresentação não será uma questão de escolha. As vezes somos convidados para palestrar sobre um tema já definido. Em qualquer caso, é preciso certificar-se de ter uma idéia bem clara sobre o propósito da apresentação, coletando o máximo de informações possíveis para uma compreensão exata desse propósito.

Ex: Acertar os procedimentos da equipe de vendas de uma maneira positiva e motivadora. Como estão os índices atuais de vendas?

- **Avaliar a AUDIÊNCIA**

Descobrir o máximo possível sobre sua pretensa audiência, o público, e focar a apresentação adequadamente.

- **Identificar a NECESSIDADE**

Toda a apresentação tem uma razão ou necessidade. Quanto mais claramente se definir as necessidades da situação, mais chances se terá de conduzir uma apresentação realmente “marcante”. O intuito da palestra pode ser motivar, persuadir/convencer, informar ou simplesmente entreter.

- **Reunir a INFORMAÇÃO**

Já se sabe “para que” e “para quem” terá que fazer a sua apresentação. Agora que informações são realmente necessárias de serem transmitidas? Nesse momento é preciso reunir o máximo de informações, organizando o que você já possui e pesquisando outras fontes.

- **Preparar a COMUNICAÇÃO**

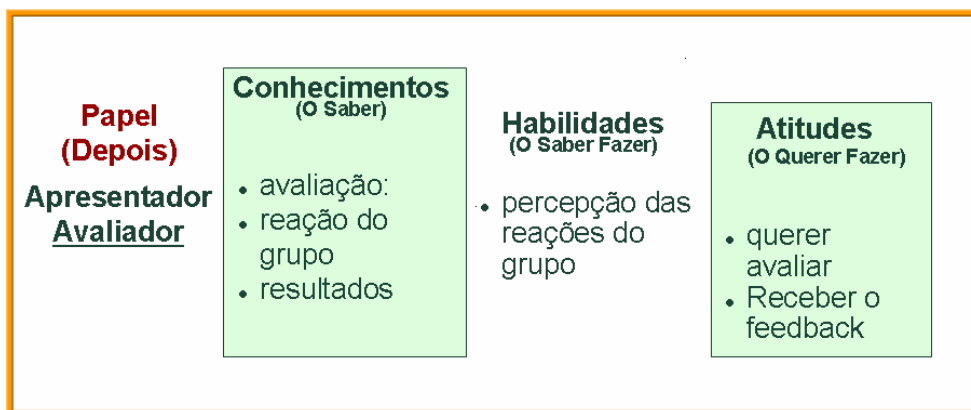
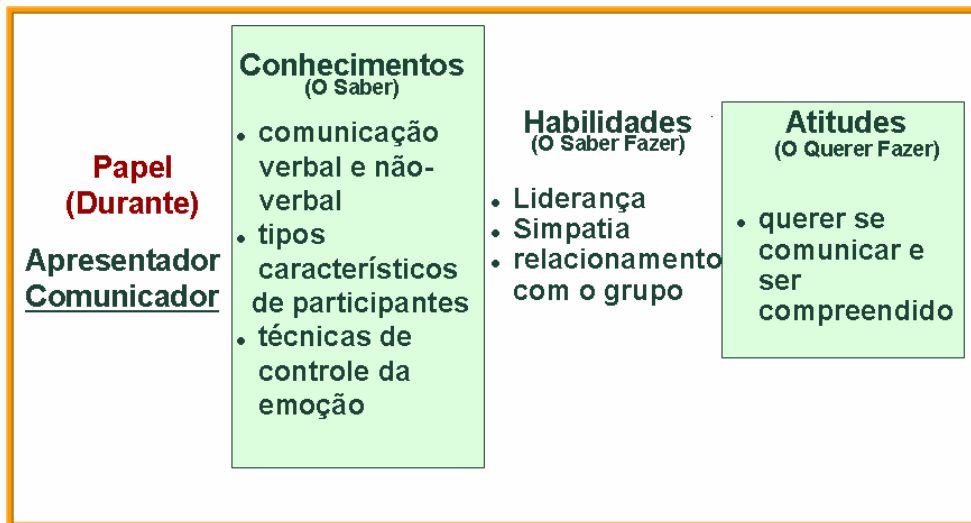
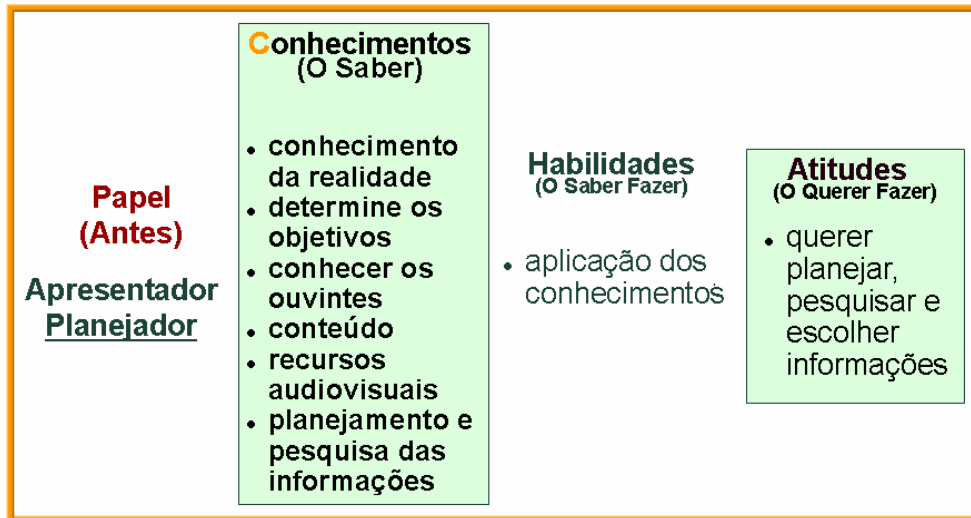
Que recursos visuais se usará?

Onde será realizado o evento?

Que tipo de acompanhamento será necessário?

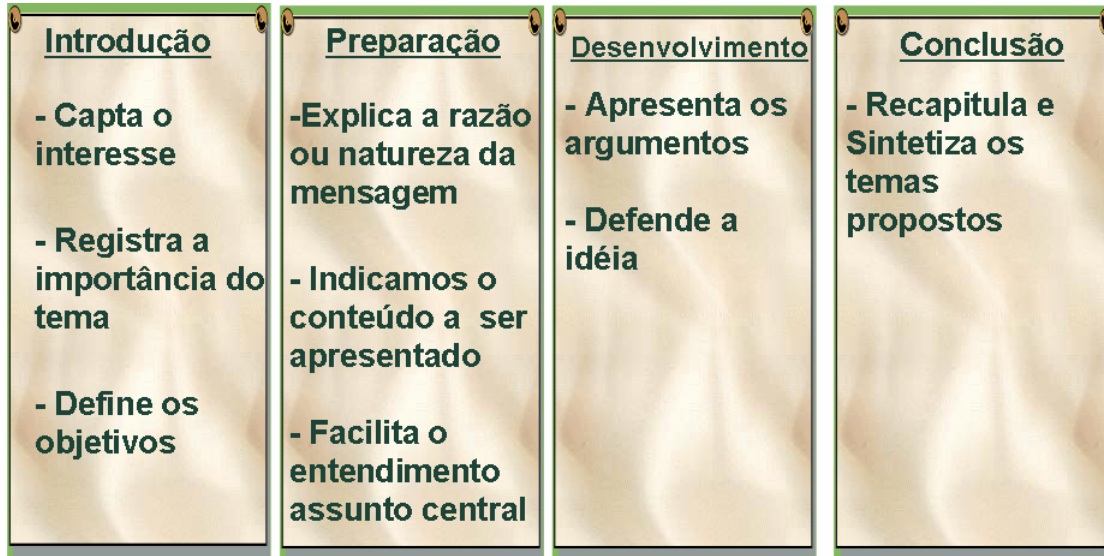
Este é o instante de planejar a estrutura de sua apresentação.

● **O PAPEL DO APRESENTADOR**



● AS ETAPAS DE UMA APRESENTAÇÃO

As etapas de uma apresentação dividem em quatro, e podem ser resumidas da seguinte forma:



1. **INTRODUÇÃO:**

A introdução é a parte do discurso em que nos dedicamos a conquistar os ouvintes que recebem a mensagem que temos a transmitir.

É na introdução que devemos reunir esforços na tarefa de conquistar a atenção do público, romper ou por fim a sua resistência e cativar a sua disposição favorável.

São três, portanto, os objetivos da introdução da fala:

- conquistar a atenção;
- romper a resistência;
- cativar a disposição favorável.

Devemos escolher o tipo de início de acordo com o público e as circunstâncias que cercam a apresentação. A análise das características do auditório será sempre fundamental para indicar a introdução mais adequada.

São características da introdução a duração e a relação com o assunto.

A introdução deve ser curta e consumir pouco tempo do discurso. Embora não seja possível estabelecer uma medida única como regra para determinar o tempo a ser usado, podemos sugerir uma duração média que varia de 10% a 15% do tempo de apresentação.

Todas as informações que forem colocadas na introdução da fala precisam estar sempre relacionadas com o assunto central e a conclusão.

De nada adiantaria um orador iniciar sua fala contando uma piada muito engraçada, mas que não tenha nenhuma relação com o conteúdo.

2. **PREPARAÇÃO:**

Depois de termos, na introdução, motivado o ânimo da platéia para ouvir o que temos a dizer, chegou o momento de prepararmos a mensagem para facilitar o entendimento do ouvinte.

A preparação é a parte do discurso na qual nos dedicamos às informações que expliquem a razão ou a natureza da mensagem, para facilitar o entendimento do assunto central.

É na preparação que indicamos o conteúdo do assunto que será apresentado, abordamos o histórico da matéria, os problemas que serão solucionados e as partes do tema que desejamos desenvolver.

A proposição é o elemento da preparação em que informamos aos ouvintes qual é o assunto e aonde pretendemos chegar com ele.

Em apenas uma ou duas frases, contamos ao público qual é a essência do conteúdo da apresentação. Esse é um dos grandes desafios do orador: em poucas palavras informar com clareza qual o assunto a ser abordado.

Sabendo o assunto a ser tratado e identificando os objetivos a serem atingidos, o público pode entender melhor a seqüência do raciocínio do orador.

3. DESENVOLVIMENTO (ASSUNTO CENTRAL)

No desenvolvimento serão aplicados os elementos da preparação, incluídos todos os dados que norteiam a linha de argumentos da nossa mensagem, estabelecendo a base de defesa das idéias contra as possíveis objeções dos ouvintes.

São elementos do desenvolvimento:

- confirmação;
- refutação (rebater ataques).

É na confirmação que iremos utilizar todos os argumentos que dispomos como apoio ao desenvolvimento do raciocínio para darmos uma seqüência lógica e concatenada ao assunto a fim de convencer os ouvintes sobre nossa explanação.

São úteis elementos de apoio à argumentação, como exemplos, as comparações, as definições, as estatísticas, os estudos técnicos, os estudos científicos, as pesquisas, as teses, os testemunhos e as ilustrações.

Depois de termos desenvolvido toda a linha de argumentação, precisamos defendê-la de possíveis ataques. O auditório poderá apresentar objeções expressas ou tácitas aos nossos argumentos.

A objeção expressa é óbvia e direta. Obtida através de perguntas e de observação, durante a realização de exercícios e testes. Mostra o que o ouvinte captou e o que não captou, e de que forma o apresentador se desempenhou.

A objeção tácita percebe-se somente através da prática de observar a reação do ouvinte a estímulos externos. Pode ser obtido na sua expressão, posição, movimentos e atitudes. Como é expressa inconscientemente, diz a verdade.

Devemos estabelecer o plano de refutação de acordo com a qualidade dos argumentos contrários.

Formas de refutar:

- Se os argumentos contrários se basearem apenas em hipóteses, sem provas concretas, a refutação poderá ser feita pela negativa das afirmações.
- Se a tese contrária se sustentar em documentos, a refutação deverá ser feita com alegações sobre a qualidade do texto, fonte, se foi adulterado...
- Se os argumentos se fundamentarem em semelhanças, podem ser refutados com base na impropiiedade da comparação estabelecida.

4. CONCLUSÃO

Chegou o momento de encerrar o discurso. Quando chegamos à conclusão temos um reduzido tempo pela frente.

Essa é a única parte da apresentação que pode ser anunciada. A introdução, a preparação e a confirmação devem ter passagens imperceptíveis de uma para a outra, como se formassem uma só peça indivisível.

Se a introdução deve ser curta a conclusão deve ser ainda menor. Mas, se o tempo que temos para cumprir é pequeno, não significa que há pouco a ser feito; ao contrario, muito ainda temos para realizar.

Ao chegarmos à conclusão, os ouvintes já devem estar convencidos das nossas idéias e prontos a abraça-las. Aguarda apenas as últimas orientações para saber como agir.

Por isso, não podemos deixar de cumprir essa tarefa tão necessária: fazer com que

a platéia reflita ou aja de acordo com nossas propostas.

Algumas apresentações, estando condenadas ao fracasso, puderam ser salvas pela conclusão. A conclusão deve ser o coroamento da qualidade do discurso.

São elementos da conclusão: recapitulação e epílogo

A recapitulação é a parte da conclusão em que, numa única frase ou duas contamos para os ouvintes o que já falamos. É uma espécie de resumo da essência do assunto abordado.

Uma grande vantagem desse recurso é que, ao resumir o conteúdo da mensagem, se associa os argumentos mais importantes e amplia o poder de persuasão.

Na recapitulação, fazemos exatamente o oposto do que foi feito na proposição: lá, contamos sobre o que iríamos falar, aqui, contamos sobre o que já falamos.

O epílogo é o último momento do orador diante do auditório. Nessa fase da conclusão, as palavras precisam ser dirigidas mais para o sentimento do que para a razão. Até porque de nada adiantaria tentar se *valer* da lógica e da razão e nesse momento, pois se esses recursos não conseguiram envolver a platéia até a recapitulação, não será nas últimas frases, que a argumentação racional exercerá algum tipo de influência nos ouvintes.

Durante todo o discurso, existindo condições favoráveis, podemos incluir doses de emoção para facilitar o trabalho de convencimento do público.

Importante: ao dizer que irá concluir, empenhe-se em finalizar mesmo, para que o auditório não fique frustrado e não haja o risco de comprometer todo o trabalho desenvolvido durante a apresentação.

Mesmo que se lembre de algum dado que deveria ter sido incluído, resista e não o introduza no momento de encerrar. Por mais importante que fosse, é provável que produzisse mais prejuízos que vantagens. A não ser, evidentemente, que a sua falta pudesse comprometer os objetivos que nortearam a apresentação.

- **Alguns cuidados com a conclusão:**

- Evite um dos erros mais graves e mais comuns na conclusão: "Era isso o que eu tinha para dizer. Muito obrigado". Esse tipo de mensagem não possui nenhuma consistência e em nada contribui para valorizar a apresentação. Também devem ser afastadas as palavras hesitantes e qualquer outra frase sem significado.

- Não fique parado na frente do público esperando que os aplausos cessem. Saia enquanto as pessoas ainda estiverem aplaudindo.

- Sua atitude, ao sair da tribuna, poderá ser importante no julgamento da platéia, portanto, mesmo que não tenha ido muito bem ou não tenha gostado do que falou, não revele o seu descontentamento fazendo comentários autodepreciativos ou balançando negativamente a cabeça. Saia da tribuna com a postura e a fisionomia de quem fez uma grande apresentação.

● **DENOMINAÇÕES DADAS ÀS APRESENTAÇÕES**

No seu dia-a-dia de trabalho, você já deve ter recebido convites para participar de seminários. Ou de conferências. Ou de congressos. Ou de fóruns, painéis, convenções...

Todos esses eventos são encontros entre pessoas com o objetivo de trocar conhecimentos. Até aí, tudo bem. Mas há, sim, diferenças entre eles:

- Curso
- Seminário
- Discurso
- Conferência
- Palestra
- Painel
- Congresso

- Simpósio
- Encontro
- Convenção
- Debate
- Apresentação
- Demonstração
- Fórum
- Colóquio

Vejamos algumas definições:

- **Conferência:** É uma apresentação de um especialista em determinado assunto. Normalmente, ele faz sozinho a palestra. Não precisa haver debate.

- **Congresso:** É um conjunto de palestras e sessões plenárias. Pressupõe a participação de públicos com formação diferenciada. Um congresso sobre gestão de empresa pode reunir alunos, professores e executivos. Em geral, há uma discussão aberta entre a platéia e o palestrante. Tudo o que acontece no congresso é, geralmente, gravado e transformado num documento final. Há também uma programação social paralela.

- **Convenção:** funciona como um congresso, mas o público é diferente. Na convenção, há uma ligação entre os participantes. Eles se envolvem nas atividades. Por exemplo: uma convenção da área comercial de uma empresa reúne só os vendedores.

- **Debate:** É uma discussão entre dois ou mais oradores que defendem opiniões divergentes. Em geral, é uma discussão mais emocional. O público pode ou não participar. Um mediador dita as regras e faz com que os oradores as cumpram. Exemplo: debate político.

- **Fórum:** É uma reunião menos formal em que há um livre debate de idéias com interação maior entre palestrante e público. Exemplo: um fórum sobre meio ambiente pode reunir representantes dos sindicatos, da vigilância sanitária e dos governos federal e estadual.

- **Painel:** Os temas abordados nesse evento não são uniformes. Um exemplo seria um painel sobre a empresa do terceiro milênio com a presença de profissionais de várias áreas para falar sobre mudança no trato com o cliente, condições de trabalho e soluções tecnológicas.

- **Seminário:** encontro de especialistas em um assunto específico. Eles apresentam um estudo sobre o tema e depois debatem com a platéia, que tem quase o mesmo nível de conhecimento que os palestrantes. O moderador deve ser um especialista e pode participar fazendo perguntas.

- **Simpósio:** Tem as mesmas características de um seminário, mas o moderador não interfere. Nesse caso ele não precisa ser um especialista.

- **Colóquio:** só troca de idéias, não há decisões nem conclusões, termo pouco usado.

- **Workshop:** É um treinamento, em que há discussões de casos práticos e participação intensa do público. Portanto, deve ser feito em grupos pequenos. É utilizado para aprofundar um tema.

- **Apresentação de Campanha:** consiste em apresentar de forma clara e convincente uma campanha publicitária para que ela seja compreendida e aprovada. O objetivo é fazer com que o cliente (anunciante) assimile a idéia da campanha, de que forma ela irá atingir o público-alvo, e conseqüentemente como ela irá trazer resultados para sua empresa.

É necessária uma definição cuidadosa do problema enfrentado e uma defesa bem argumentada sobre a idéia da campanha.

Requisitos principais:

- boa argumentação e capacidade de convencimento;
- apresentação das peças da campanha;
- apresentação do orçamento da campanha;
- demonstração de dados do mercado e outras informações que possam embasar a idéia defendida.

● CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Mantenha-se atualizado culturalmente
- Visualize uma apresentação bem-sucedida
- Fale com a platéia, e não para a platéia
- Pratique uma comunicação voltada para os resultados. Desenvolver métodos e técnicas de persuasão, apresentar e vender idéias devem ser as metas do profissional que busca o sucesso.

* FONTE BIBLIOGRÁFICA:

POLITO, Reinaldo. **Assim é que se fala: como organizar a fala e transmitir idéias**. São Paulo: Saraiva, 1999.