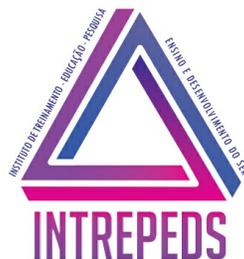


Sirley Machado Maciel



ORATÓRIA

COMO FALAR EM PÚBLICO
DE FORMA EXTRAORDINÁRIA?



Sirley Machado Maciel

Professora ME

ORATÓRIA

COMO FALAR DE FORMA EXTRAORDINÁRIA?



**Instituto de Treinamento, Educação, Pesquisa,
Ensino e Desenvolvimento do Ser**

Curitiba – Brasil
2018

Expediente:

Oratória – Como Falar em Público de Forma Extraordinária?

Copyright © 2018 by Sirley Machado Maciel e Rui Valese - Todos os direitos reservados.

Proibida a reprodução total ou parcial sem autorização.

Pesquisa e Elaboração: Sirley Machado Maciel – sirley.intrepeds@gmail.com

Colaboração: Rui Valese – profvalese@gmail.com

Revisão Ortográfica 1: Geraldo Xavier Silveira – prof.gxs@bol.com.br

Revisão Ortográfica 2: Patrícia Drugus – patriciawdrugos@gmail.com

Edição: Cássio Barbosa – cassio@reinoeditorial.com.br

Produção: Reino Editorial

Revisada em: Abril de 2018 conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.



**Instituto de Treinamento, Educação, Pesquisa,
Ensino e Desenvolvimento do Ser**

Rua Pres. Rodrigo Otávio, 768 - Alto da XV - Curitiba

www.intrepeds.com.br

contato@intrepeds.com.br

(41) 992 784 823 | (41) 3083 7063



Produzido por Reino Editorial sob encomenda de Intrepeds

www.reinoeditorial.com.br | comercial@reinoeditorial.com.br

Tel: (11) 5575-8870 | *Impresso no Brasil / Printed in Brazil*

***“Eloquência consiste em
tornar pequenas as coisas grandes
e grandes as pequenas.”***

Hipócrates

Sumário

“Apresentação”

CAPÍTULO 1

“Oratória”

“1) Um pouco de História”

“2) Princípios da Oratória Moderna”

CAPÍTULO 2

“Timidez”

“1) Desmistificando os medos”

“2) Como a PNL – Programação Neurolinguística pode ajudar?”

CAPÍTULO 3

“O Discurso”

“1) Preparação”

“2) Planejamento do discurso passo a passo”

CAPÍTULO 4

“Recursos visuais e audiovisuais”

“1) Como aprendemos e como e retemos uma informação?”

“2) Quais são os recursos?”

“3) Orientações importantes antes de escolher qualquer recurso visual ou audiovisual”

“4) Dez dicas para a utilização adequada dos recursos visuais e audiovisuais”

“5) Na hora “h” quais cuidados ao utilizar os recursos visuais e audiovisuais?”

“6) Recursos mais utilizados”

“7) O que é dinâmica de grupo?”

“8) Olhar e Ver. O que vemos e olhamos?”

CAPÍTULO 5

“A Voz”

“1) Onde podem estar localizados os problemas da voz?”

“2) Pronúncia”

“3) Cuidados com a voz”

“Bibliografia consultada e recomendada”

Apresentação

Olá! É com muito prazer que recebemos você para participar do curso *Oratória: Como Falar de Forma Extraordinária?*

Durante os próximos dias você iniciará uma grande aventura em busca do seu desenvolvimento na arte de falar em público. E este material será o mapa que contribuirá na condução do caminho para essa grande aventura.

Iniciaremos desvendando os conceitos e mitos da oratória clássica e moderna, suas diferenças, princípios e onde estamos atualmente.

Em seguida, através de exercícios e de compreensão, desmistificaremos o que é a timidez, a grande vilã da segurança, da determinação e da autoestima das pessoas. Com ela é impossível seguir em paz em nossa aventura.

Por isso, é fundamental nos livrarmos dessa carga pesada e desse fantasma que aterroriza tanto as pessoas na hora de falar em público.

Agora conscientes, leves e felizes por acreditar que não somos tímidos, que tudo que sentimos na hora de falar em público é passível de controle, que tem saída para tudo com técnicas e recursos que podemos aprender, treinar desenvolver e praticar, inicia-se uma nova fase em nossa jornada.

Daqui para frente estaremos aptos a aprender as técnicas de organização, planejamento e estrutura do discurso. Técnicas de respiração e relaxamento, com o objetivo de manter o equilíbrio, o autocontrole e diminuir a ansiedade.

Nessa aventura entraremos em contato com os principais Recursos Visuais e Audiovisuais, que bem utilizados contribuem significativamente para o sucesso das nossas apresentações.

Participaremos de uma Oficina de Técnica Vocal onde aprenderemos exercícios com o objetivo de cuidar e de aperfeiçoar a nossa voz, principalmente se a utilizamos como instrumento de trabalho, isto é, se dependemos da voz para exercer nossa atividade profissional.

Ao final dessa aventura você estará melhor. Mais apto para enfrentar suas plateias, reuniões, clientes e amigos nos momentos de apresentar, defender e argumentar suas ideias. Terá mais desenvoltura, segurança, prazer e alegria ao falar em público. Com tudo isso falará mais, terá mais experiências positivas, novas aventuras aparecerão e você não vai parar mais!!

Professora Me Sirley Machado Maciel

Oratória

Oratória é a arte de falar em público com eloquência. É composta de dois elementos básicos:

Argumento

Raciocínio pelo qual baseia o convencimento, a persuasão para um determinado objetivo;

Paixão

São recursos e técnicas que movem a argumentação; que provocam no receptor uma identificação com o assunto e com o emissor.

FAZEM PARTE DA ORATÓRIA:

Lógica

É a ciência que estuda as leis do raciocínio e da coerência. É a organização, estruturação lógica e coerente da argumentação e contra-argumentação dentro da estrutura do discurso.

Eloquência

Capacidade de falar bem, com lógica, coerência e eloquência. É a capacidade de provocar no receptor convencimento com verdade, prazer, emoção, dinamismo e argumentação. É a arte de falar com a alma, com verdade, discernimento, com beleza, vivacidade e justeza.



Retórica

Arte de estruturar e organizar o discurso com lógica, coerência e persuasão na busca da eloquência. É um conjunto de técnicas, regras e estratégias para planejar, estruturar e organizar o discurso para sua maior eficiência.

Persuasão

É uma estratégia de comunicação que consiste em utilizar recursos emocionais ou simbólicos para induzir alguém a aceitar uma ideia, uma atitude, ou realizar uma ação. Pode ser positiva ou negativa, depende dos interesses e dos princípios éticos do emissor e do receptor.

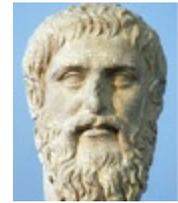
1) Um pouco de História

Era Primitiva: Quando o ser humano desenvolveu a fala;

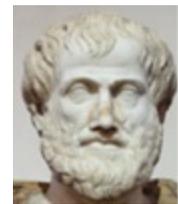


Sicília Séc. V A.C com Córax e Tísia: “O ser humano supera o mestre quando desenvolve a capacidade de convencê-lo através das palavras”;

Atenas: SOFISTAS = Poder de persuasão;



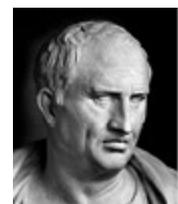
Platão: Pharmakon: Palavra como remédio (cura); veneno (mata); cosmético (enfeita);



Aristóteles: Inventa Retórica;



Demóstenes: Maior orador da Grécia;



Cícero: Maior orador Romano;



Quintiliano: Instituições Oratórias – primeira organização do conhecimento sobre oratória.

IMPORTANTE SABER!

Hoje existem duas correntes da oratória vivendo juntas:

Oratória Clássica: Antiga

Oratória Moderna: Atual



2) Princípios da Oratória Moderna

- 1) **Não abandonar o tópico** – Manter-se no assunto que está discorrendo.
- 2) **Controle de público** – Saber de forma adequada como organizar e orientar o público.
- 3) **Organização e estruturação do discurso** – Não basta conhecer o assunto, é fundamental organizar as ideias e tópicos que você irá abordar.
- 4) **Recursos** – Tudo é válido para facilitar a compreensão do público, desde os recursos audiovisuais, dinâmicas de grupo, até exemplos, comparações, contrastes, estatísticas, detalhes, depoimentos pessoais, ampliação de ideias e motivação do público.
- 5) **Linguagem adaptada** – Cada público é um público, com suas especificidades e individualidades. Cabe ao orador(a) adaptar sua linguagem à realidade de cada público.
- 6) **Auditório / público / plateia / etc.** – É o papel complementar do(a) orador(a). Um não existe sem o outro. É o motivo de você estar se preparando, estudando e desejando dar o melhor de si. Portanto, não é seu inimigo.
- 7) **Capacidade de improvisação** – Mesmo estando bem preparado(a), em alguns momentos é fundamental e necessária a improvisação. O ato de falar em público é algo imprevisível, portanto em algumas situações você terá que recorrer à sua criatividade e espontaneidade. Para isso é necessário exercitar e desenvolver a habilidade da flexibilidade.
- 8) **Sinceridade e ética** – Tudo que falar hoje poderá ser usado contra ou a seu favor amanhã. Portanto, palavras não são apenas palavras e você precisa ter responsabilidade, sinceridade e princípios éticos para com você e o público.
- 9) **Conhecer as técnicas de estruturação e planejamento do discurso** – Capítulo especial dedicado a este tema.

10) Conhecer e exercitar a dinâmica da voz: Capítulos especiais para este tema.

11) Comunicação não verbal: Capítulos especiais para este tema.

CAPÍTULO 2

Timidez

VOCÊ É TÍMIDO?



RESPONDA:

1) Você se considera uma pessoa tímida?

Por quê?

Se sua resposta foi sim é porque quando você fala em público você sente sintomas e reações tais como:



(Atribuir as palavras abaixo dentro desses balões, significando que são essas coisas que estão na cabeças das pessoas que se dizem tímidas)

- Medos reais;
- Medos imaginários;
- Ansiedade;
- Sudorese;
- Rubor;
- Branco;
- Confusão mental;
- Sente-se despreparado(a);
- Insegurança;
- Nervosismo;
- Taquicardia;
- Boca seca;
- Tremedeira;
- Autocrítica excessiva;
- Vergonha;
- Complexo de inferioridade;
- Não sabe o que fazer;
- Problemas com autoestima;

- Sente vontade fugir, rir ou chorar;
- Tensões físicas, dores em vários lugares do corpo.

1) Desmistificando os medos

FAMÍLIA:

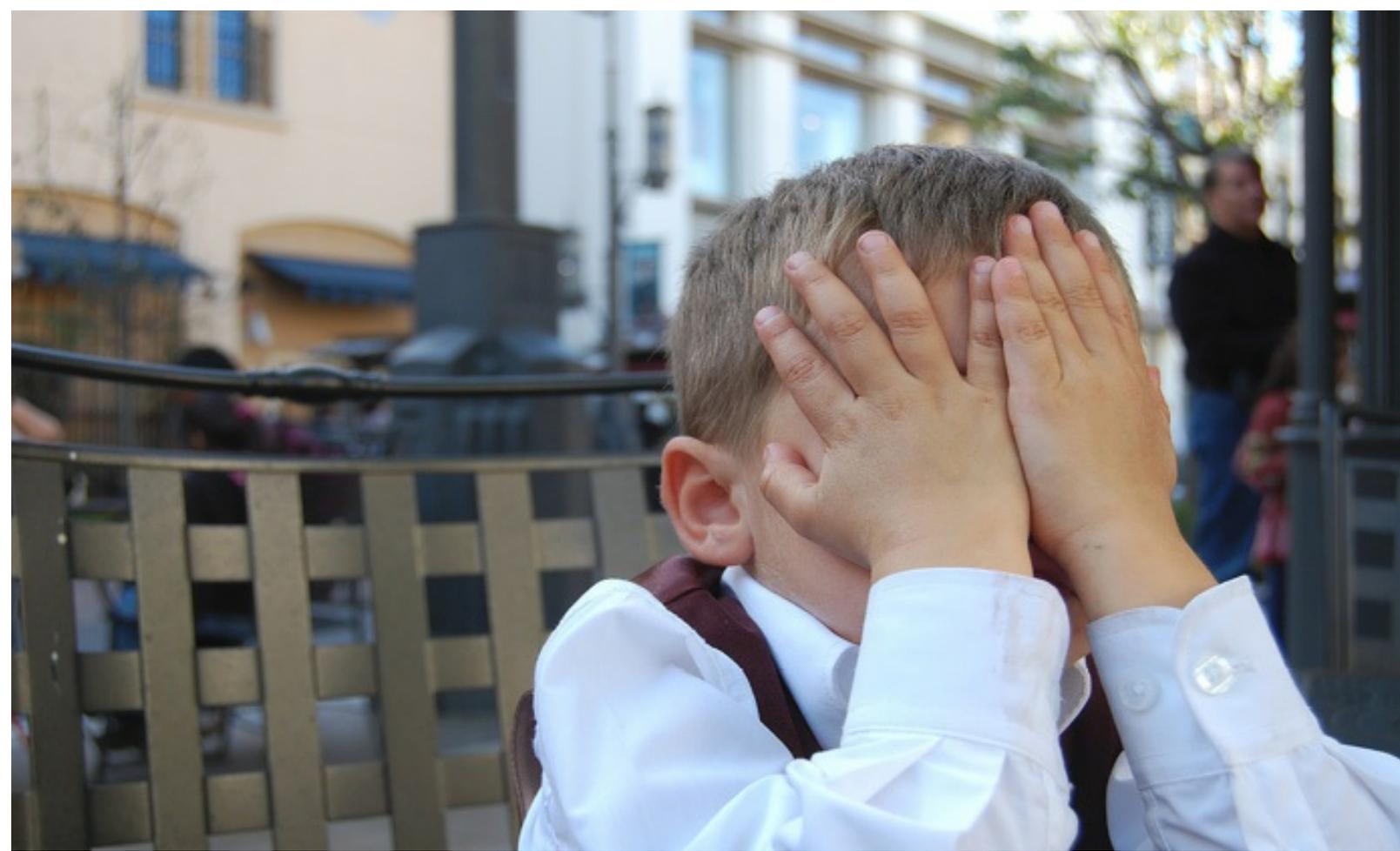
- A base do que somos;
- Aquisição dos princípios, valores e crenças;
- Construção da identidade psicológica e social;
- Aquisição dos bloqueios no ato da comunicação;
- Vivências constrangedoras no ato da comunicação;
- Repressão.

O QUE VIVENCIAMOS:

- “Crianças não emitem opinião”;
- “Como você é desajeitado”;
- “Você é burro”;
- “Cale a boca”;
- “Não”;
- “Você só fala bobagem”;
- “Criança não se mete em conversas de adulto”;

– Outras vezes não há necessidade de externar nada;

– Quem não se lembra daquele olhar do pai que dizia tudo por si só?



ESCOLA:

- Chacota dos colegas;
- Rótulos (baixinho(a), gordinho(a); “vareta”, “tampinha”, pestinha, etc.);
- Castigos;
- Exposições ao ridículo.

TRABALHO:

- Lideranças autoritárias;
- Falta de oportunidades;
- Constrangimentos com colegas ou chefias;
- “Boca fechada não entra mosca”;
- As panelinhas;
- Fofocas;
- Boicotes;
- “Quem pode mais chora menos”;
- “Manda quem pode obedece quem tem juízo”.

RESUMINDO

Baixa Autoestima

+

Inferioridade

+

Crítica Excessiva

+

Imaturidade

+

Egocentrismo

+

Orgulho

+

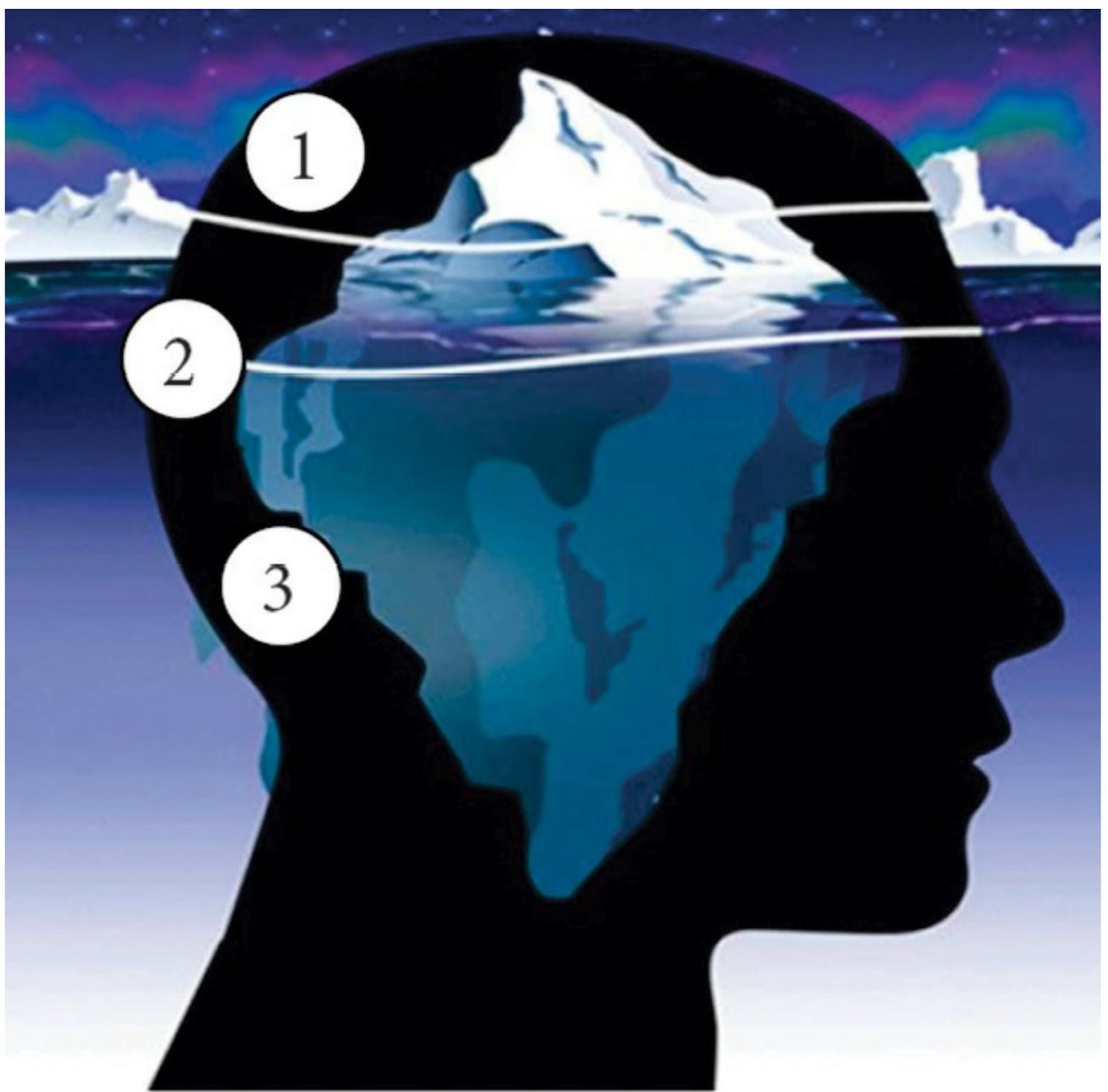
Medo

=

Timidez

2) Como a PNL – Programação Neurolinguística pode ajudar?

- 1. MENTE CONSCIENTE**
- 2. MENTE SUBCONSCIENTE**
- 3. MENTE INCONSCIENTE**



Respiração e Relaxamento

O Discurso

ESTRUTURA DO DISCURSO:

Os três momentos de um discurso:

- 1) Preparação
- 2) Planejamento
- 3) Realização

1) Preparação

O preparo de um bom discurso compreende duas fases distintas:

- 1ª - levantamento dos dados acerca do evento onde o discurso será proferido;
- 2ª - elaboração ou planejamento do discurso.

ROTEIRO DE PLANEJAMENTO:

1) O que falar? ASSUNTO: é o tema mais geral, mais amplo possível, de que vai tratar o discurso.

DICAS:

- Fale sobre um assunto atual;
- Trate de assuntos de que você goste, tenha conhecimento e experiência;
- Coloque uma interpretação pessoal, inovadora e criativa aos velhos assuntos;
- Escolha sempre um assunto que seja adequado a circunstâncias do momento ou do evento;
- Escolha o assunto com tempo para ser pesquisado, planejado e estruturado;
- Fale sobre um assunto conhecido, mas com uma abordagem diferente.

EXEMPLOS DE ASSUNTOS:

- Corrupção;
- Ecologia;
- Política;
- Esportes;
- Trabalho.

2) Por que falar? Para que falar? = OBJETIVO: é o motivo da fala. O que se quer alcançar com o discurso de forma precisa.

Para precisar seu objetivo responda as seguintes perguntas:

Por que falar deste assunto?

Para que falar deste assunto?

Para quem falar deste assunto?

EXEMPLOS DE OBJETIVOS:

- Informar;
- Persuadir;
- Motivar;
- Entreter;
- Conscientizar;
- Promover-se;
- Divulgar;
- Vender;
- etc.

3) Para quem falar? = PÚBLICO: é para quem vai ser dirigido o evento como um todo, bem como o seu discurso. É fundamental conhecer o público para quem será dirigido o discurso, para que o mesmo possa ser planejado e estruturado adequadamente, a partir das expectativas e necessidades específicas de cada público.

DICAS:

Saber com Antecedência:

- Número aproximado de pessoas;
- Idade média do público;
- Nível médio de instrução;
- Nível sociocultural;
- Sexo;
- Conhecimento e interesse sobre o assunto;
- Tipo de público (hostil, receptivo ou amistoso, apático, indiferente ou desatento);
- Motivação

4) Sobre o que falar? = TEMA/TÍTULO: o título do discurso ou tema vai delimitar a abrangência do assunto que será tratado no discurso, a partir de um dado objetivo a que se pretende alcançar. Ele deve resumir em uma única frase a ideia principal do discurso. É como se fosse a manchete de um jornal, onde a pessoa olha e é motivada a ler a matéria escrita.

DEVE:

- Ser curto;
- Ser objetivo;
- Ser dinâmico;
- Chamar a atenção do público;
- Resumir o assunto central do discurso.

5) Que argumentos utilizar? = PESQUISA DE DADOS: são todas as informações, documentações, conhecimentos, fatos e provas que comprovam a veracidade do que está sendo tratado no discurso. Eles possibilitam segurança, tranquilidade e clareza na exposição das ideias. Quem não tem conhecimento do assunto nunca poderá falar bem sobre ele.

DICAS:

- Levante o maior número possível de informações;
- Quando houver dúvidas, pesquise;
- Consulte documentos oficiais;
- Converse com especialistas;
- Conversas informais;
- Histórias e contos que poderão ser utilizados como exemplos ou ilustrações;
- Recorra aos seus conhecimentos e experiências;
- Consulte bibliotecas, livrarias e arquivos;
- Consulte filmes;
- Organize e mantenha o seu próprio arquivo;
- Mantenha-se sempre no assunto;
- Separe e relacione as informações.

6) Como apresentar? = ESTRATÉGIA/FORMA: para descobri-la é necessário fazer-se a seguinte pergunta: qual a melhor forma de alcançar meu objetivo, dentro deste tema e para esse determinado público? É a hora de você juntar todas as informações recolhidas no planejamento e montar sua estratégia utilizando as táticas disponíveis e seu conhecimento.

2) Planejamento do discurso passo a passo

Todo discurso ou qualquer apresentação deve conter três partes principais: **Introdução, Desenvolvimento e Conclusão**

a) Introdução

É o momento em que o(a) orador(a) se apresenta ao público e expõe sobre o que vai falar.

DEVE:

- Ser curta e objetiva;
- Conter a ideia principal do discurso;
- Motivar, conquistar a atenção e a empatia do público;
- Romper barreiras e resistências;
- Cumprimentar o público;
- Aludir à ocasião;
- Elogiar ou valorizar a plateia.
- É o momento em que o(a) orador(a) se apresenta ao público e expõe sobre o que vai falar.

EVITAR:

- Contar piadas;
- Fazer perguntas quando não desejamos respostas;
- Pedir desculpas para o auditório;
- Tomar partido sobre assuntos polêmicos ou controvertidos;
- Utilizar palavras inconsistentes;
- Usar chavões ou frases feitas;
- Criar expectativas que não podem ser cumpridas;
- Mencionar acontecimentos que incomodam o público;
- Mostrar-se muito humilde diante de todos;
- Explicar a falta de tempo ou despreparo para a exposição
- Ser previsível;
- Demonstrar tensão e nervosismo.

b) Desenvolvimento

É o centro do discurso, a estrutura central ou a mensagem que é o objeto da nossa apresentação. É onde estão as argumentações, os dados, os fatos e as provas de que se lança mão para alcançar o objetivo a que se propõe o discurso.

No desenvolvimento é fundamental ter claras as ideias fundamentais do discurso, bem como os exemplos, ilustrações, fatos, dados e opiniões que estejam ligados a elas, para fim de comprovações.

PASSOS DO DESENVOLVIMENTO:

1º Proposição – Informamos o assunto e onde pretendemos chegar com ele. Narração – exposição dos motivos e dos fatos que sustentam o desenvolvimento do assunto central.

2º Divisão - Onde é informado que segmentos do assunto serão desenvolvidos.

3º Assunto central – É a parte do discurso na qual estão todas as informações e argumentações que estabelecem a base de defesa das ideias, apontando para as possíveis objeções dos ouvintes à mensagem.

4º Refutação – É a defesa de possíveis objeções expressas ou não pelos ouvintes. É o momento de combater, com argumentos precisos, as ideias contrárias ao que está sendo exposto.

c) Conclusão

É o momento do fechamento do discurso. Onde fazemos a plateia pensar, refletir ou agir de acordo com as propostas apresentadas.

DEVE:

- Ser breve;
- Ser anunciada;
- Fazer uma recapitulação e síntese da essência do assunto apresentado;
- Utilizar palavras que mobilizem mais os sentimentos que a razão;
- Utilizar os recursos vocais (ritmo e intensidade);
- Levantar uma reflexão;
- Usar uma citação ou frase poética;
- Pedir uma ação;
- Elogiar o auditório;
- Provocar uma situação.

EVITAR:

- Frases que desqualifiquem o discurso, tais como: “era só isso que eu tinha para dizer”; “tinha mais coisas para dizer, mas o tempo não permite” etc.;
- Não ficar parado diante do público esperando os aplausos, programe sua saída;
- Não revelar seus sentimentos negativos ou positivos sobre a sua performance, principalmente através dos gestos e expressões não verbais;
- Utilizar expressões como: “assim sendo...”; “desta forma...”; se a conclusão for fraca, elas darão aberturas para outras formas de conclusão;
- Várias conclusões: “concluindo,...”; “concluindo mesmo... “; “ agora concluindo de verdade....”.

ESTRUTURA DO DISCURSO:

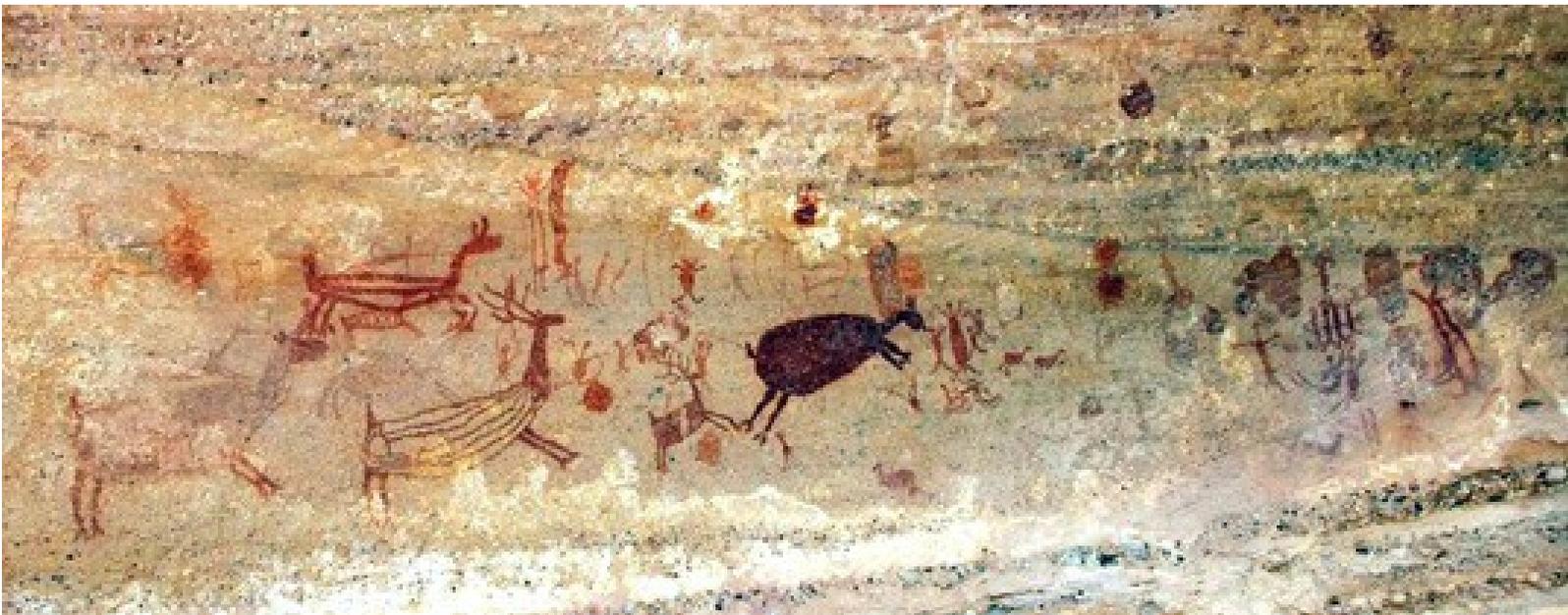


Atenção

Discurso de improviso	05 a 10 minutos;
Discurso preparado	10 a 30 minutos;
Palestra, aula	30 a 45 minutos;
Curso, oficina e workshop	de horas a dias;
Conferência, congresso, debate, seminário ou mesa redonda	de horas a dias.

Recursos visuais e audiovisuais

O ser humano sempre teve uma opção pelas imagens, ícones, símbolos e mensagens visuais. Essa opção já é constatada desde os primórdios quando observamos os desenhos e imagens deixados pelos seres humanos da pré-história nas paredes das cavernas que, segundo os estudiosos, tinham como objetivos registrar e comunicar seus feitos. Isso ocorreu nessa época, pois os desenhos e imagens primitivas eram formas primitivas de comunicação. Porém, atualmente podemos afirmar que os recursos visuais continuam sendo, para seres humanos, o tipo de comunicação mais atraente, excitante, criativa e cativante em detrimento dos outros estilos de comunicação tais como a oral e a escrita.



1) Como aprendemos e como e retemos uma informação?

A Pirâmide da Aprendizagem

Taxas De Retenção de Conhecimentos



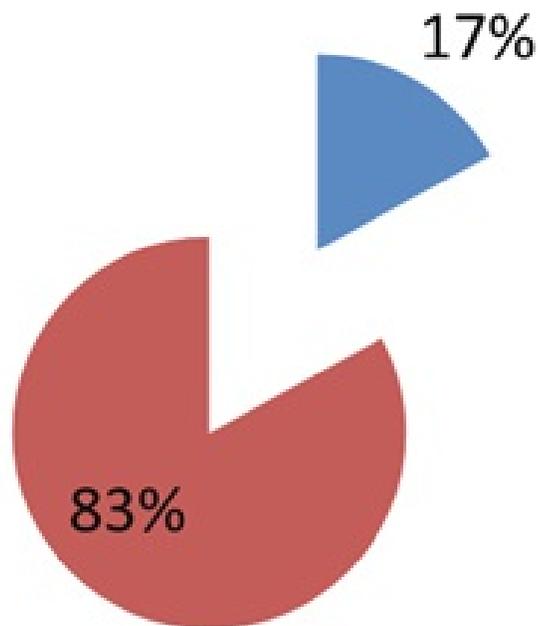
Fonte: <http://www.abntouvancouver.com.br/2016/11/a-piramide-de-aprendizagem-de-william.html>

É fundamental a combinação da verbal, não verbal, visual e audiovisual. As alternativas permitem o atendimento dos variados tipos de pessoas e seus variados Sistemas Representacionais.

Como podemos observar na pesquisa de William Glasser, somos seres que sofremos uma carga de influência persuasiva muito grande através da visão. Segundo o autor, a visão, no ato do aprendizado, é responsável por 83%, contra 11% da audição e 6% dos demais sentidos, gosto, tato e olfato.

COMO APRENDEMOS?

■ Gosto/Tato/Olfato e Audição ■ Visão



E, se agregarmos a esses dados o poder da audição, teremos uma capacidade e uma potencialidade incrível ao nosso favor no momento das apresentações. Pois, segundo Glasser, enquanto a capacidade visual isolada corresponde a 30% na retenção de uma informação, a união entre o visual e o auditivo potencializa essa capacidade para 50%.

Os recursos visuais e audiovisuais só perdem para as metodologias ativas que correspondem, além de ver e ouvir, ao ato de dizer e ensinar os outros a fazer. Modalidade de ensino que visa o aprendizado através da ação, da prática e da interação direta do aluno(a) com o conteúdo teórico-prático. Ocasionalmente uma simbiose dialética entre a prática-teoria-prática, que na versão de muitos autores renomados como Paulo Freire (1969), José Manuel Moran (2000), William Glasser (2001) é a mais adequada, mais privilegiada e efetiva forma de aprender e ensinar.

Outro fator preponderante está associado ao fato de que após a era da televisão (1985) e, na sequência, dos recursos dos computadores e do universo midiático oferecido pela Internet, estamos sofrendo uma verdadeira revolução da comunicação, por via revolução tecnológica, na forma de nos comunicarmos conosco, como os outros e com o mundo.

Antes falávamos e ouvíamos.



Depois do século XXI, olhamos e sentimos!!

2) Quais são os recursos?



QUAIS SÃO OS RECURSOS VISUAIS?

(Trabalham somente com a visão)

- Quadro ou quadro de giz;
- Quadro branco;
- Quadro de giz
- *Flip chart*;
- Ilustrações;
- Gráficos;
- Posters;
- Álbum seriado;
- Mural;
- Fotografia;
- Cartazes;

- Folhetos;
- Banners;
- Tabelas,
- Fluxograma;
- Desenhos;
- Imagens;
- Mapas;
- Modelos;
- Maquetes;
- Objetos;

QUAIS SÃO OS RECURSOS AUDIOVISUAIS?

(Trabalham com a audição e a visão concomitantemente)

- Power point;
- Multimídia;
- *Slides*;
- Teleconferência;
- Músicas;
- Filmes;
- Teatros.

OS RECURSOS VISUAIS E AUDIOVISUAIS:

- Possibilitam maior fixação dos conteúdos;
- Concentram a atenção do público;
- Orientam o raciocínio para os objetivos propostos;
- Focam pontos importantes;
- Estabelecem comparações e comprovações;
- Facilitam a visualização;
- Facilitam a compreensão e atenção;
- Agilizam e dinamizam a aprendizagem;
- Servem de roteiro para o orador;
- Economizam tempo da apresentação;
- Tornam a apresentação agradável, dinâmica e criativa;
- Valorizam a imagem do orador.

OUTROS RECURSOS OU DINÂMICAS DE APRESENTAÇÃO:

- Leitura de textos;
- Trabalho de grupos;
- Dinâmicas de grupos;
- Debates;
- Oficinas.

Vivemos em uma era em que nossas plateias são: impacientes, sem tempo, desconcentradas, agitadas, cheias de estímulos visuais e audiovisuais atraentes que nós, como oradores(as), nem de longe somos capazes de concorrer. Como diz o dito popular: “Se não pode com ele, junte-se a ele”.

Portanto, você pode:

- Mostrar e contar para que a mensagem fique mais clara e mais criativa;
- Mostre e conte para atrair e/ou conferir lógica e contextualizar a mensagem;
- Mostre, mas não conte, pois a imagem vale mais do que 1000 palavras.

3) Orientações importantes antes de escolher qualquer recurso visual ou audiovisual

- Conhecimento sobre a aplicabilidade do recurso;
- Testar com antecedência os equipamentos eletrônicos e se precaver para eventuais imprevistos de última hora;
- Lembre-se de que os recursos não substituem sua atuação, eles são apenas instrumentos;
- Não usar se não tiver confiança na utilização de um recurso, ou na aplicação de uma técnica;
- Aprender a manipular e a manusear os equipamentos eletrônicos, pois nem sempre podemos contar com um técnico disponível para este trabalho;
- Não utilizar vários recursos ao mesmo tempo, isso pode poluir a sua apresentação e cansar a plateia;
- Saber que os recursos e ferramentas devem ter uma aplicabilidade prática e fazer parte dos objetivos propostos, senão serão perda de tempo;
- Estar preparado para possíveis surpresas de última hora, não utilizar todas as cartas em um único recurso, tenha algumas alternativas na manga;

ANTES DE ESCOLHER SEU RECURSO, RESPONDA:

Quais os recursos que posso usar?

Por que devo usar?

Como devo usar?

Quando devo usar?

Onde devo usar?

Quais as viabilidades? (espaço, tempo da apresentação, materiais disponíveis, etc.)

4) Dez dicas para a utilização adequada dos recursos visuais e audiovisuais



1) Utilização dos recursos visuais e audiovisuais com moderação.

(Regra geral é utilizar um recurso visual ou audiovisual para cada dois minutos de apresentação verbal).

2) Utilize os recursos visuais e audiovisuais com ilustração.

(Gráficos, fotos, diagramas, imagens e som falam por si só).

3) Apresente um ponto chave por recurso.

(Apresentação de muitas ideias em uma única transparência pode diminuir o efeito visual do recurso).

4) Utilize letras ou imagens legíveis.

(A menor fonte a ser utilizada é acima de 18).

5) Cuidado com a utilização das cores.

(Não use mais que 2 ou 3 cores por recurso. Evite a poluição e confusão visual. Use contraste de cores para ter visibilidade. Exemplo: fundo azul-escuro com branco. Evite a padronização de cores, isso poderá atrapalhar a compreensão).

6) Os recursos devem ter um tamanho adequado para ser visualizado a longa distância.

(Caminhe até a última fileira da plateia e certifique-se de que há a possibilidade de distinguir as transparências ou cartazes).

7) Dê preferência para os gráficos.

(Evite as tabelas, acúmulo de números ou textos corridos).

8) Elabore gráficos e diagramas de fácil compreensão.

(Na maioria das vezes a utilização dos recursos deve ser testada antes da apresentação. Cuidado com siglas em diagramas, elas atrapalham a compreensão).



9) Torne os recursos visuais e audiovisuais atraentes.

(Crie uma expectativa para o recurso, apresente-o de forma a torná-lo parte da apresentação).

10) Evite a mistura visual e audiovisual.

(Estude qual é o melhor recurso para seus objetivos. Nada poderá ser utilizado sem um porquê).

5) Na hora “h” quais cuidados ao utilizar os recursos visuais e audiovisuais?

Faça uma lista dos materiais que você utilizará. Com antecedência comunique à coordenação do evento os materiais e equipamentos que você vai utilizar.

Certifique-se com antecedência de que tudo foi providenciado. Caso contrário, faça os ajustes necessários.

Chegue com antecedência de uma hora para organizar a apresentação e testar os equipamentos antes da chegada do público.



Escolha os recursos adequados para a apresentação e as especificidades do público, do local, do evento, bem como o tempo que você tem para a apresentação.

Cuidado com o cenário da apresentação: (iluminação, acústica, conforto, temperatura, ruídos internos e externos, sinalização, serviços e sanitários).

OUTROS CUIDADOS, AGORA COM VOCÊ!

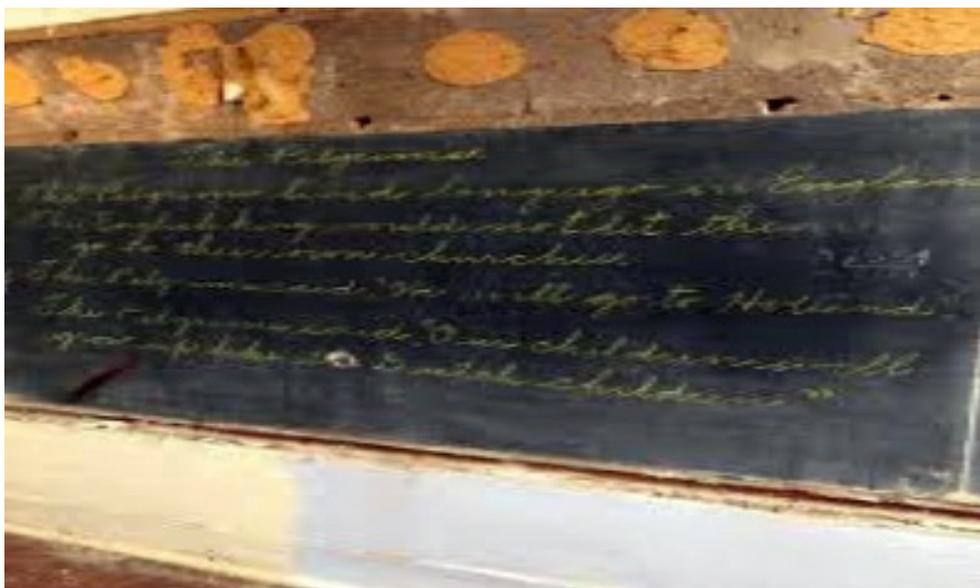
- Cuidados com a voz: alimentos leves e de fácil digestão;
- Maçã é excelente para higienização da boca e garganta, pois tem ação adstringente, é leve e trabalha a articulação;
- Não consuma chocolates, leite ou derivados do leite, nem refrigerantes ou água com gás;
- Ingira sucos cítricos, pois deixam a salivação mais fina, apropriada para a fala;
- Tenha uma boa noite de sono para obter um raciocínio fluente e uma boa fluência verbal;
- Escolha uma roupa adequada para o evento, confortável e que marque positivamente sua imagem e sua apresentação;
- Sapatos confortáveis, que não façam barulho ao se deslocar, ou saltos que possam prejudicar seu deslocamento;
- Verifique o conforto térmico do ambiente (frio ou quente), pois isso incomoda e tira a atenção da plateia. O frio deixa as pessoas mais atentas que o quente;
- Evite conversas com pessoas;

- Administre bem o tempo da sua apresentação;
- Evite conversas com pessoas negativas, conversas negativas, em casa ou no local do evento;
- Evite falar de coisas negativas, ficar triste, deprimido ou falar de assuntos que te aborreçam antes da sua apresentação;
- Fazer exercícios de respiração, relaxamento e meditação 10 a 15 minutos antes da apresentação;
- Respiração suave pelo nariz e soltar o ar pela boca;
- Fazer alongamentos de pescoço, braços e costas para soltar as cordas vocais, laringe e faringe;
- Tomar bastante água para hidratar as cordas vocais, antes, durante e depois da apresentação. Tomar água aos poucos;
- Antes da apresentação vá ao banheiro;
- Iniciar a apresentação com energia, voz vibrante, clara, expressiva, firme, e com consciência dos gestos;
- Aos poucos e gradativamente, deixe a espontaneidade ir tomando conta de você e da situação;
- acredite em você!!
- Você quer??? Você consegue!!!

6) Recursos mais utilizados

a) O Quadro Negro ou Quadro de Giz

Usado em escolas a partir do século XIX, no princípio feito a partir da pedra ardósia preta ou cinza escuro, de onde vem o nome quadro negro. Na época, dada a inexistência de recursos como lápis e caderno, as escolas adotavam pequenos quadros negros feitos de pedras para os alunos e professores escreverem. Com a popularização do papel, esse recurso deixou de existir.



No século XX o material para confeccionar o quadro, ou lousa, foi o compensado, que é utilizado até hoje. Com essa mudança foi possível a incorporação de outras cores, tais como o verde, considerada a cor que possibilita mais conforto para os olhos, bem como o azul e o preto. A partir dessa fase, o quadro deixa de se chamar quadro negro e passa a se chamar quadro de giz. Atualmente, ainda é o recurso visual mais utilizado e mais popular, porém com poucos recursos.



MÉTODO E TÉCNICAS:

- Verifique se o quadro está bem pintado;
- Utilize giz de boa qualidade e antialérgico;
- Mantenha o apagador sempre limpo, nunca bata o apagador dentro da sala;
- Planeje o que vai colocar no quadro;
- Escreva somente o necessário e com letra legível.
- Não sature o quadro com informações;
- Certifique-se de que não há reflexos no quadro e se ele está bem posicionado;
- Evite textos longos, use tópicos;
- Quadro negro pede giz amarelo;
- Quadro verde ou azul pede giz branco;
- Use giz colorido para destacar ideias;
- Use letras de forma, se a letra não for legível, e letras grandes e firmes;
- Não se encoste na lousa;
- Apague o quadro de cima para baixo, em movimentos lentos e circulares para não espalhar o pó;
- Evite usar o quadro por tempos longos. O pó de giz é altamente prejudicial para as cordas vocais. Tome muita água enquanto estiver falando.

b) Do quadro magnético, passando pelo quadro branco, chegando às lousas interativas e digitais



O quadro branco ou quadro magnético, são considerados uma evolução do quadro negro e quadro de giz. Sua fabricação e utilização iniciam-se na década de 1960 e sua origem, apesar das controvérsias nos registros, é atribuída à China. Os quadros magnéticos eram assim chamados devidos a uma placa de melamina, material que tinha sua durabilidade comprometida por desgastes rápidos e dava ao material uma vida útil muito pequena. Assim, as chapas magnéticas foram a opção adotada para melhoramento do produto, atribuídos ao material ferroso utilizado.

Para uso desse artefato, faz-se necessário uma caneta especial à base d'água e um apagador especial. Também é proibido o uso de materiais abrasivos, químicos e à base de álcool, pois compromete a função da película que reveste o quadro.



As vantagens são inúmeras e estão associadas tanto à qualidade da visibilidade, da higienização de ambientes, como à qualidade de vida e da saúde de seus usuários, fazendo do quadro branco uma excelente alternativa ao quadro negro. De preferência ele deve ser utilizado juntamente com outros recursos.

As lousas interativas ou digitais possuem uma variedade de modelos e opções tecnológicas, porém todas estão conectadas a um computador, projetor multimídia.

MÉTODOS E TÉCNICAS:

- Planeje o que será escrito no quadro;
- Escreva com clareza e simplicidade;
- Se desejar fazer desenhos ou esquemas, faça com antecedência;
- Cuidado com a letra;
- Fique de lado para o quadro;
- Evite ficar de costas para o público;
- Fale olhando para a plateia;
- Use letras grandes e legíveis;
- Use pincéis à base d'água coloridos.

c) Como utilizar flip chart, cartazes, banners e posters em apresentações?

O *flip chart*, também conhecido como quadro de folhas, consiste em um bloco de folhas

grandes de papel preso em um cavalete de madeira. Tem vantagem por ser flexível e pode ser preparado com antecedência. É utilizado para escrever com pincel atômico para escrita em papel.

MÉTODOS E TÉCNICAS:

- Prepare antes o que vai apresentar;
- Utilize desenhos, gráficos, esquemas, tópicos e sínteses;
- Faça rascunhos antes em papel rascunho;
- Os pincéis devem estar tecnicamente escrevendo bem e com facilidade;
- Marque as páginas que vai usar com fita adesiva;
- Regule a altura do flip chart para você.



- Deixe a primeira folha em branco;
- Quando escrever, use frases curtas ou palavras-chaves;
- Não use abreviaturas ou siglas;
- Use caneta preta ou azul para frases; vermelha ou verde para destaques;
- Cuidado: a cor vermelha dificulta a leitura para as pessoas mais distantes;
- Fale e escreva quase simultaneamente, para adquirir dinamismo;
- Não perca a interação visual com a plateia;
- Deixe uma borda imaginária nas folhas;
- Deixe as folhas em local visível;
- Use mais de um quadro para dinamizar a apresentação;
- Poderá ser utilizado para anotar as intervenções e participação do público – técnica: tempestade de ideias (*brainstorming*).

Atenção, colocar o número de folhas suficiente e certificar se estão bem presas e que não vão cair.

Os cartazes e os banners seguem os mesmos princípios, o que muda é o material utilizado para um e para o outro. Cartazes são confeccionados com papel de vários tamanhos e tipos, com uma grande variedade de intenções. São melhores para propagandas e informações, geralmente em campanhas rápidas e curtas, aliando a visibilidade, a durabilidade e a qualidade.



DICAS E TÉCNICAS:

- O cartaz se caracteriza por apresentar, através de ilustrações, textos reduzidos e em cores. Transmite uma mensagem clara e direta do tema;
- Preferencialmente o cartaz deve ter apenas ilustrações, textos rápidos como um *slogan*, frases ou palavras-chaves;
- Deve ter uma boa combinação de cores e ser bem escrito;
- Ter um bom *layout* e os elementos devem estar bem distribuídos;
- Fazer um estudo antes através de rascunhos;
- O tipo de letra deve ser simples e de fácil leitura;
- Em casos especiais poderão ser usados letreiros tipo fantasia;
- O tamanho das letras para uma distância de até 5 metros, deve ser de 1 centímetro de altura; até 10 metros, 2,5 centímetros de altura; até 20 metros, 5 centímetros de altura e assim por diante;
- Não se deve utilizar no corpo das letras, letras grossas e baixas, ou finas e altas, ou letras vazadas, feitas somente em contornos, pois esses tipos causam confusão na leitura à distância.
- Utilize os letreiros sempre na horizontal; ou fazendo um efeito na posição inclinada de preferência na posição ascendente (de baixo para cima);
- Realize um estudo apurado das cores, elas têm um papel importante na transmissão de mensagens. Elas podem enfocar sensações, emoções e reforçar o conteúdo desejado; (estudar a simbologia das cores).
- Pense no que você deseja destacar no cartaz. Essa informação deverá estar em foco no cartaz;
- Distribua os elementos do cartaz de forma coerente buscando o equilíbrio simétrico (formal) ou assimétrico (informal);
- Tenha como objetivo na confecção do cartaz a harmonia, que consiste da coerência entre o texto, cores e equilíbrio dos elementos;
- Não esqueça que a simplicidade é eliminar tudo que é supérfluo no cartaz e que possa desviar a atenção das pessoas;



Posters são considerados documentos gráficos de grandes extensões, utilizados geralmente em atividades acadêmicas, corporativas e de eventos, que tem como objetivo divulgar, informar e apresentar informações visualmente organizadas, planejadas e estruturadas para pequenos e médios auditórios.

d) Técnicas para o uso do projetor multimídia ou data show



É um recurso muito utilizado pela sua versatilidade e praticidade. A utilização deste recurso, segundo pesquisas, mostra profissionalismo, planejamento e cuidado na preparação do material. Permite que você fique de frente para o público, e mostre qualquer tipo de imagem e som. Prende a atenção do público e pode ser utilizado em ambientes com pouca luz.

É necessário utilizar como acessório a caneta a laser para apontar a informação na tela.

PLANEJAMENTO:

- Confeccionar com antecedência e testar os slides no projetor para regular o foco, a imagem e a luminosidade;
- Certifique-se de que a lâmpada do aparelho está em ordem;
- Tenha uma caneta laser para fazer indicações na tela;
- Veja se a caneta está funcionando e cheque as pilhas;
- Treine antes a apresentação fazendo as trocas dos slides de forma adequada e na hora certa;
- Organize os slides na ordem de apresentação e indique-os com páginas.

MÉTODOS E TÉCNICAS:

- Encontre uma boa visibilidade;
- Posicione a tela na diagonal para você não ficar na frente da projeção;
- Use o projetor com as luzes adequadas. Não há necessidade de apagar todas as luzes, só as próximas da projeção;

e) Como confeccionar os Slides?

Os programas de computador tornaram a confecção de slides uma tarefa fácil. Agora só depende de sua criatividade.



Para criar seus slides, você poderá usar o programa Power point. É de fácil utilização, possui inúmeros recursos gráficos e um banco de imagens. Outra possibilidade é utilizar os programas Corel Draw ou Prezi.

PLANEJAMENTO:

- Enfatize a ideia central. A plateia deverá identificar o que você deseja transmitir;
- Numere os *slides*, facilita se precisar avançar ou retroceder os *slides*;
- Tenha mais de uma cópia do arquivo;

- Faça *slides* coloridos para facilitar a compreensão e prender a atenção;
- Cuidado com as técnicas de combinação de cores;
- Não carregue os *slides* de conteúdos;
- Trabalhe com tópicos: palavras-chaves, frases de efeito e, no máximo, ideias;
- Cuidado com o tamanho e o estilo das letras. Tamanho ideal para apresentação em público é acima do número 18 para tópicos;
- Treine as trocas de *slides* ou solicite que alguém mude para você;
- Se possível, tenha um técnico em computação para te auxiliar;
- Tenha uma cópia da apresentação em mãos.

MÉTODOS E TÉCNICAS:

- Não inicie ou termine sua apresentação com *slides*. Neste momento dirija à plateia, espontaneamente, uma mensagem de boas vindas e de agradecimento.
- Comece e termine a apresentação olhando para o público;
- Use um *slide* para cada ideia;
- Escreva tudo na voz ativa, não abrevie palavras, não use siglas e nem termos técnicos;
- Crie títulos curtos, objetivos e criativos;
- Escolha uma fonte clara e de bom tamanho. Exemplos: Arial, para blocos de textos, por ser mais legível, e as da família Times (Times Roman, Times New Roman, Roman) para os títulos. Alguns tamanhos de fontes indicados para uma boa visualização são os próximos de 30/40 (grandes, porém discretos).
- Siga a regra dos $7 \times 7 = 7$ linhas por visual, 7 palavras por linha (em torno de 50 palavras);
- Não use mais do que um visual a cada de 02 a 04 minutos de apresentação e mantenha a apresentação num ritmo ágil;
- Coordene sua interação com a plateia e as trocas de *slides*;
- Dê tempo para que as pessoas possam ler o que está escrito;
- Evite usar apresentações em *slides* logo após as refeições;
- Traduza os jargões técnicos e os termos estrangeiros para o público leigo;
- Ilustrar seus *slides* com desenhos, fotos e gráficos deixa sua apresentação mais dinâmica e criativa. Porém, só use recursos que tenham uma imediata relação com que está sendo exposto;
- Faça os *slides* com informações que tenham o sentido de uma manchete. Explicar os fatos é sua responsabilidade;
- Tenha cópias do material, ele poderá ser distribuído para as pessoas no final da apresentação como material de apoio;

- Não leve o material em grandes pastas. Quanto menos volume de material, melhor. Lembre-se: os recursos são apoios e não a apresentação;
- Não fique de costas ou de lado para o público lendo os *slides*.

f) Prezi

O PREZI é um software que está na modalidade em nuvem, que tem como objetivo a criação de apresentações não lineares, criativas, dinâmicas e atraentes. É constituído de uma estrutura própria e única, onde são inseridos os conteúdos das apresentações.

“Pesquisadores de Harvard descobriram que o PREZI é mais envolvente, persuasivo e eficaz que o Power Point”.

Como uma grande variedade de modelos de apresentação, agora até quem não é profissional da área de designer, poderá fazer suas apresentações como criatividade e profissionalismo. Acessando a plataforma PREZI,

<https://prezi.com/pt/>

Na primeira versão (versão *free*), você poderá ser um dos 85 milhões de clientes que já fazem parte dessa comunidade, que estão reinventando a forma e a arte de criar apresentações.

Caso tenha dúvidas você poderá consultar o Tutorial Prezi Classic: Meu Primeiro Prezi, no YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=8D6OkhtBkew>

ATENÇÃO:

Não utilize a versão gratuita para realizar apresentações com conteúdos sigilosos, sem autoria, proibidos ou que você não queira que se tornem públicos. Pois, essa modalidade em nuvem e na versão *free*, seus conteúdos e informações ficarão disponíveis ao acesso público. Ou seja, qualquer um poderá acessá-los. Para a realização desse trabalho, em se tratando de uma atividade para o Curso de Oratória – Como Falar em Público de Forma Extraordinária? Do Instituto de Treinamento, Pesquisa e Desenvolvimento do Ser – INTREPEDS, Citar a fonte, a autoria e seu nome como aluno/a do curso, seguido de ©.

g) Por que utilizar Música em uma apresentação?

Depois da visão, a audição responde por 11% de retenção da mensagem. Portanto, é um recurso importante no auxílio de uma apresentação.

A música é um recurso para o corpo e para a alma, pois a música age sobre a mente, o corpo e o coração das pessoas. Integrá-la à palavra e à imagem é buscar uma comunicação mais plena e persuasiva.

OBJETIVOS:

- Conforta, estimula, entenece e sensibiliza;
- Interfere nos batimentos cardíacos, mobiliza sentimentos, suscita lembranças;
- Agita ou acalma, gera introspecção ou extroversão;
- Altera comportamento;
- Música ambiente tranquiliza e cria um clima de leveza;
- O *rock-and-roll* está associado à rebeldia e à contestação;
- As canções religiosas animam e estimulam a participação e convidam à comunhão;
- O orador deve se conscientizar de que é um ser musical, pois transmite, através da própria voz, harmonia, ritmo e força.

PLANEJAMENTO:

- Antes de começar a utilizar músicas como recurso nas apresentações, é necessário fazer uma pesquisa apurada sobre a música. Ouça diferentes estilos e ritmos para ter segurança em suas escolhas.
- Prefira as músicas e sons instrumentais. As músicas com letras só devem ser utilizadas se o conteúdo for o mesmo trabalhado na palestra. Neste caso, distribuir cópias da letra para os participantes.
- Elaborar um roteiro minucioso da entrada de cada efeito sonoro na apresentação, de acordo com os objetivos propostos.

PERGUNTE-SE:

- 1) Esta música está a serviço de quê?
- 2) Em que ela beneficiará a plateia?
- 3) Em que momento vou usá-la?
- 4) Já conheço seu impacto?
- 5) O que pode acontecer se for tocada?
- 6) Qual a relação com o tema em discussão?

MÉTODO E TÉCNICAS:

- Use músicas suaves no início da palestra, se o objetivo for canalizar energia, relaxar e integrar o grupo;
- Durante os intervalos toque músicas alegres que favoreçam a reintegração do grupo;
- Cuidado com os estados de letargia quando praticar o relaxamento. Nos momentos de orientação específica para o relaxamento a música é fundamental para contribuir para o relaxamento;
- Nas atividades grupais, prefira músicas com mensagens de forma subliminar e não

populares, para não distrair a plateia que começa a entrar no ritmo da música e não faz a reflexão necessária;

- Não utilize a música somente para preencher espaços vazios ou silenciosos da apresentação. Essas pausas podem ser mais aproveitadas e necessárias para reflexão;
- Se optar pela técnica do canto, tenha uma especial atenção com os desafinados para evitar constrangimentos. Coordene a atividade de maneira lúdica. Todos devem ter a letra da música em mãos. Esteja bem afinado para coordenar o trabalho.
- A música como recurso deve estar afinada no conjunto do trabalho. Ela não faz parte do trabalho, ela é parte do trabalho. Portanto, os seus objetivos devem estar bem claros para a utilização desse recurso.

h) Como utilizar filmes em apresentações?

O filme é um recurso muito eficaz e pode tornar sua apresentação mais dinâmica, descontraída e com maior poder de retenção de conteúdo.

Substitua os filmes com informações desatualizadas por novos e com informações atualizadas;

Escolha histórias bem humoradas e que ajudem a tornar a compreensão mais lúdica e sejam apropriadas às realidades do público com o qual você está trabalhando;

Use trechos de filmes comerciais que tenham relação com o conteúdo que está sendo trabalhado ou passe o filme inteiro para em outro momento fazer um debate;

Usar uma TV de no mínimo 29 polegadas para grupos de até 30 pessoas. Para grupos maiores o ideal é o multimídia.

MÉTODO E TÉCNICAS:

- Faça uma introdução rápida sobre o filme e situe o objetivo da atividade. Se desejar dar um enfoque especial em determinado aspecto do filme, situe as pessoas para tal antes da projeção;
- Faça pausas, aumente ou diminua o volume, de acordo com sua proposta;
- Faça perguntas sobre o que está sendo exibido e então continue a projeção;
- Faça conexão entre o filme e a realidade dos participantes. O filme deve ser acompanhado de um exercício ou dinâmica que possibilite reforçar o conteúdo que está sendo trabalhado e estimular o debate sobre um determinado aspecto;
- Não saia da sala durante a projeção do filme para não distrair o grupo.
- Após a apresentação faça perguntas que possibilitem a reflexão da plateia. Essas perguntas poderão ser respondidas em um trabalho de grupo.

7) O que é dinâmica de grupo?



Todos os grupos possuem uma dinâmica própria que aparece em função do objetivo comum a todos os membros.

Porém, para que o objetivo geral possa vir ao encontro dos objetivos individuais, muitas vezes faz-se necessário operacionalizar atividades, que visam atingir as necessidades específicas. Essas atividades poderão ser realizadas mediante inúmeras técnicas e dinâmicas de grupo que possibilitam a reflexão, a sistematização e o envolvimento dos participantes. Elas também possibilitam um clima agradável, dinâmico e participativo.

Para o sucesso do trabalho com a dinâmica de grupo é necessário avaliar:

- Número de participantes;
- Carga horária de trabalho;
- Tema em discussão;
- Motivação do grupo.

Cada técnica ou dinâmica de grupo possui regras específicas, derivadas de sua natureza e de seus objetivos. É possível, no entanto, certas normas serem aplicadas na maioria das técnicas. Pois essas normas orientam a condução das dinâmicas pelo aplicador.

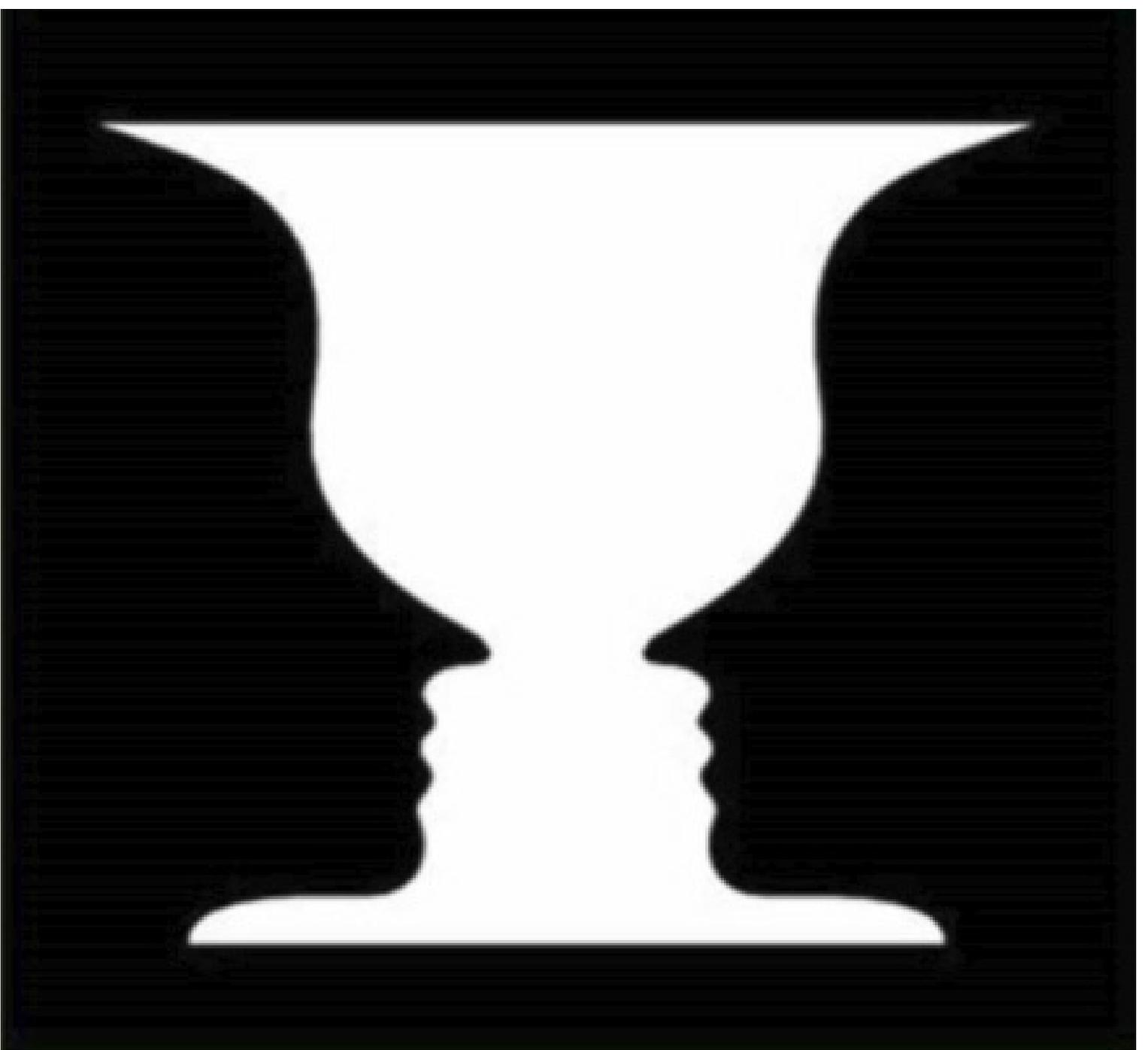
PLANEJAMENTO:

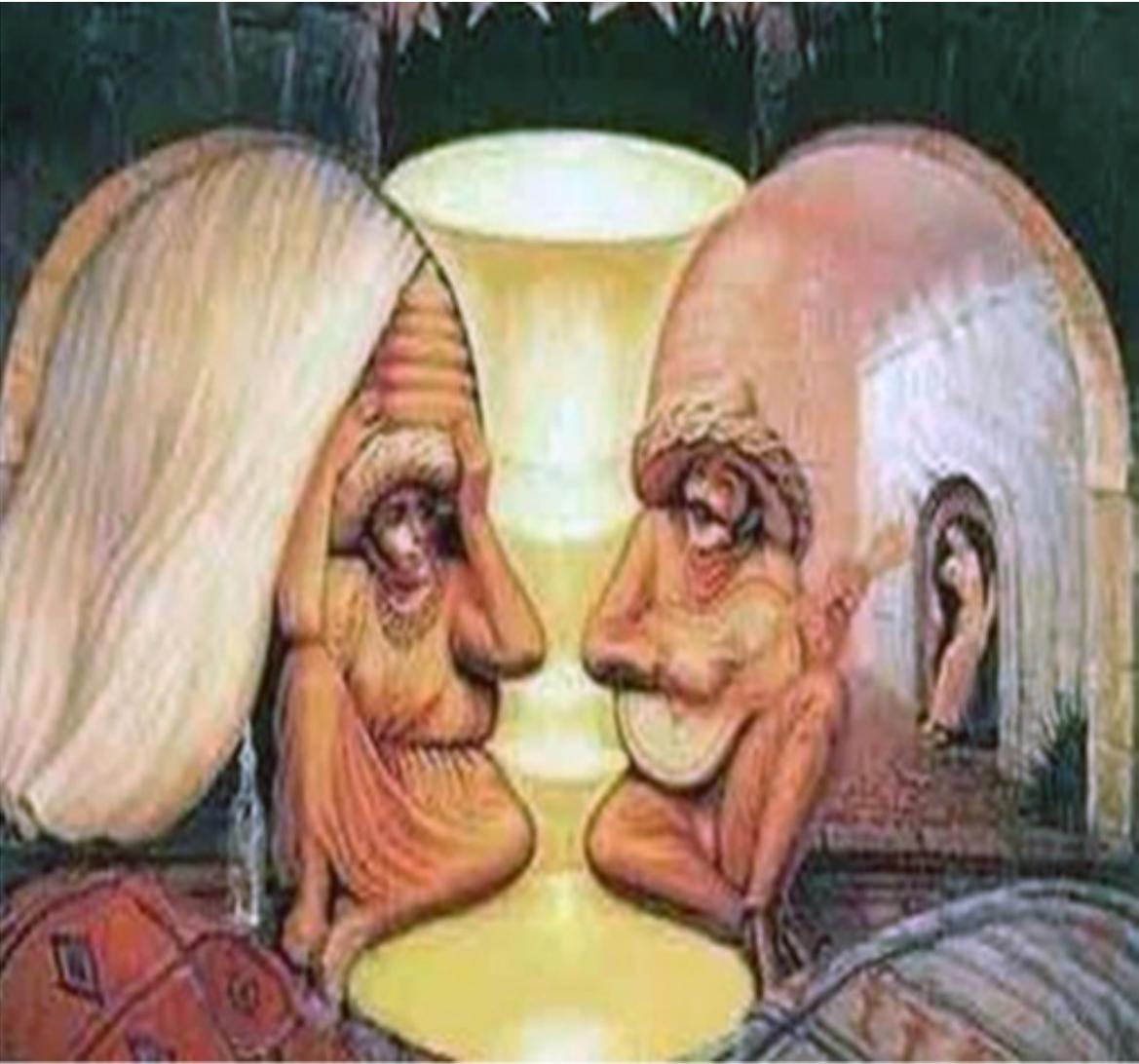
- Se você optou por realizar uma dinâmica na sua apresentação, você deverá conhecer antecipadamente a técnica, como aplicá-la, sua fundamentação teórica e prática. As dinâmicas de grupo não podem ser resumidas à execução de um mero folheto explicativo que se segue mecanicamente.

- Antes de aplicar uma técnica você deve verificar o perfil do grupo. O grupo, para responder positivamente a uma técnica, precisa ter uma estrutura estabelecida, todos devem conhecer as regras do jogo, os porquês, e estar consciente dos passos a seguir e dos objetivos a serem atingidos.
- Seguir os procedimentos indicados para cada caso. Se o orador estiver preparado, poderá fazer adaptações de acordo com as necessidades do momento.
- As técnicas só devem ser utilizadas com um objetivo bem definido. Técnica pela técnica, não leva a nada. Mesmo em situações de lazer, é necessário explicitar os objetivos. Cuidado para não tornar-se um “DINAMIQUEIRO”.
- As dinâmicas de grupo requerem uma atmosfera cordial e democrática. Por sua natureza dinâmica e participativa, as técnicas não podem funcionar em um ambiente autoritário, hostil, competitivo, agressivo ou com riscos de sanções e controle latente. Não é ética a utilização de técnicas com intuito de manipular o grupo ou pessoas.
- Todas as técnicas baseiam-se no trabalho voluntário, na honestidade e no jogo limpo. Caso contrário, não tem o menor sentido aplicar dinâmicas de grupo.
- Todas as técnicas devem ter como finalidades implícitas:
 - Desenvolver sentimentos;
 - Desenvolver o pensamento ativo e crítico;
 - Desenvolver a habilidade do ouvinte ativo, da empatia, da solidariedade e do companheirismo.
 - Desenvolver a autonomia, a comunicabilidade, a cooperação, o inter-relacionamento, a responsabilidade, a criatividade e a espontaneidade.
 - Vencer temores, inibições, tensões e criar sentimentos de segurança e autoestima.
 - Criar uma atitude positiva diante de problemas das relações humanas, favorecer a adaptação e a interação social.

EXERCÍCIO

8) Olhar e Ver. O que vemos e olhamos?





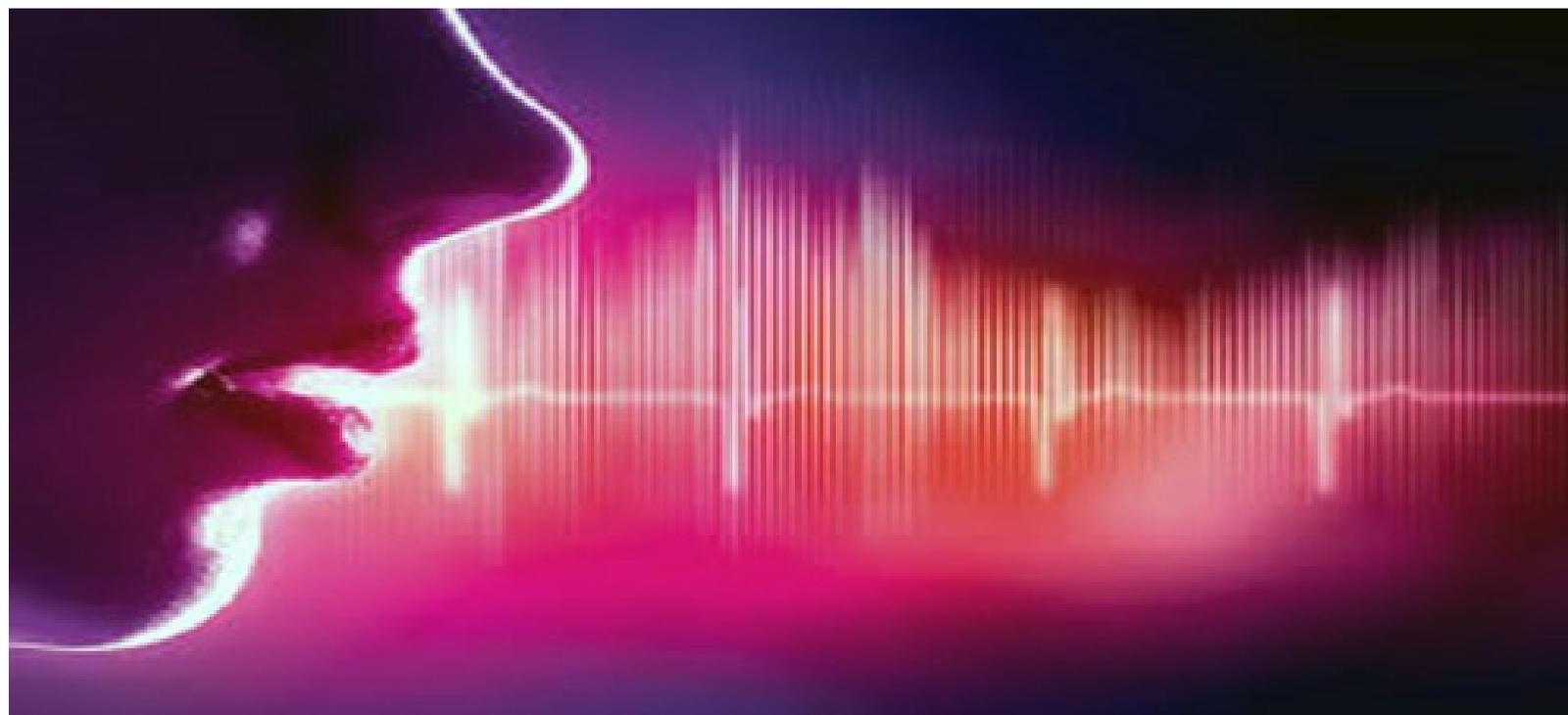


A Voz

Conceito: a palavra **VOZ** vem do Latim = **VOCE**, que significa = **SOM**. **PORTANTO: voz é o som produzido pela laringe no ato da fala.**

E o resultado de fatores:

1) Fator físico: devido ao tamanho, comprimento, textura dos ressonadores, grossura e densidade das cordas vocais ou até mesmo a velocidade com que os músculos participam da sinergia. A capacidade de discriminar altura, intensidade e qualidade é basicamente hereditária. Não são hereditários traumas ou doenças, sequelas de perturbações sistêmicas, doenças alérgicas, sinusites, resfriados e lesões no sistema nervoso central.



2) Psicoemocional: a voz reflete o dinamismo emocional e intelectual de um indivíduo. O estado de tensão, o medo, a ansiedade e a insegurança podem alterar a voz do indivíduo.

3) Culturais: (grupos sociais) - acredita-se que a influência dos meios de comunicação como o rádio e a televisão podem resultar em grande flexibilidade das normas da voz e determinar a produção de uma voz universal. Devemos lembrar que um problema vocal pode ter várias causas como: psicológica, física, culturais, tornando-se difícil identificar sua origem.

1) Onde podem estar localizados os problemas da voz?

1) Volume

- Alta Demais
- Baixa Demais
- Normal (No Tom Adequado Para Cada Situação)

2) Tom

- Aguda (Fina/Estridente)
- Média (Normal)
- Grave (Grossa/Rouca)

3) Ritmo

- Lenta (Arrastada/Cansativa/Monótona)
- Rápida (Ansiedade/Incompreensível)
- Variação Tonal (Emoção/ Ênfase/Dinâmica Vocal)

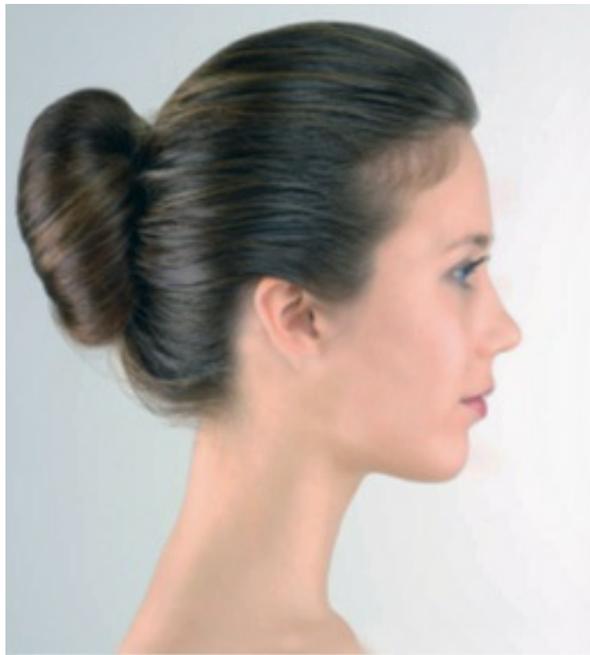


4) Articulação e Dicção

- Utilização da Cavidade Bucal
- Lábios
- Dentes
- Bochechas
- Palato Duro e Mole
- Mandíbula

5) Ressonância e Projeção

- Possibilita a característica estética vocal



- Voz de Cabeça
- Voz Nasalizada
- Voz na Garganta

6) Pronúncia

Estética da Articulação (Pronúncia correta das palavras)

7) Raciocínio

- Organização Cerebral
- Memorização
- Lógica;
- Coerência
- Criatividade
- Espontaneidade
- Engenharia Vocal

***40% da FORÇA da sua apresentação
está na Engenharia Vocal***

2) Pronúncia

Algumas Palavras com Problemas de Pronúncia vamos treinar?



- Beneficente
- Ignorante
- Estupro
- Mobília
- Próprio
- Biblioteca
- Você
- Problema
- Perspicácia
- Lagarto
- Flagrante
- Estômago
- Psicologia
- Satisfeito
- Lâmpada
- Fósforo
- Lésbica
- Fonoaudiologia
- Propriedade
- Homem

- Subserviente
- Cacoetes
- Uma mão

3) Cuidados com a voz

Oficina de técnica vocal

1) Aquecimento Vocal

Relaxamento e Alongamento: ombros, braços, costas e pescoço;

Massagem e Ginástica facial: com as mãos espalmadas e pontas dos dedos em movimentos circulares;

Caretas: relaxar e alongar a musculatura do rosto;

Bico de Peixe: aquecer a musculatura labial e articulações;

Beijo: trabalhar a musculatura labial - articulação;

Carrinho de Criança: vibração labial/relaxamento da musculatura e das cordas vocais;

Escova de Dente: aquecimento da base da língua e musculatura interna da boca;

Projeção da Língua: ponta da língua na orelha direita e esquerda, nariz, queixo;

Trote de Cavalo: relaxamento da língua/articulação labial;

Vibração da Língua: com som do (trrrãã ou trinnn)/aquecimento das cordas vocais;

Mastigar a Voz: com o som de (mion)/relaxar as cordas vocais e a articulação;

Vibração das Cordas Vocais: com o som de (aaaa)/sem voz;

2) Projeção Vocal

zuuummmuuu - aaavaaa

zuuummmuuu - ééévaaa

zuuummmuuu - êêêvaaa

zuuummmuuu - iiivaaaa

zuuummmuuu - óóóvaaa

zuuummmuuu - ôôôvaaa

zuuummmuuu – uuuvaaa

Articulação e Dicção (Trava Língua)

OBJETIVO:

Dar soltura, mobilidade, agilidade e precisão aos órgãos de fonação. Trabalhar a articulação e a dicção.

- Um prato de trigo para três tigres tristes.

- O rato roeu a roupa do rei de roma e de raiva a rainha rasgou o resto.
- Um ninho de mafagafos cheio de mafagafinhos,
Quem os desmafagafinhar,
Bom desmafagafinhador será.
- Debaixo de uma mata seca, havia uma catatrepa com sete catatrepitos. Se a catatrepa trepa, trepam os catatrepitos.
- Um tigre, dois tigres, três tigres.
- A aranha arranha a rata, a rata arranha a aranha.
- Comprei uma arara rara em Araraquara.

Bibliografia consultada e recomendada

- BAKER, Stephen.** Odeio reuniões, Melhoramentos. São Paulo, 1983.
- BEHLAU, Mara Suzana.** Curso Profilaxias da Voz. São Paulo, 1986.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz.** O que é Comunicação, Editora Brasiliense, São Paulo, 1982.
- BORDINO, Dirceu.** Oratória: dominar a arte de falar e influenciar pessoas - Curso Prático e Avançado, apostila.
- BRIKMAN, Loa.** A linguagem do movimento corporal. São Paulo, Summus, 1989.
- FERREIRA, Léslie Piccolotto (Org.).** – Trabalhando A Voz – Vários Enfoques Em Fonoaudiologia, Summus Editorial – São Paulo – 1988.
- FRITZEN, Silvino José.** Janela de Johari, Ed. Vozes, Petrópolis, 1992.
- FURINI, Isabel.** A arte de falar em público – A oratória em todos os tempos, Ibrasa, 1999.
- GOLEMAN, Daniel.** Inteligência emocional, Ed Objetiva, São Paulo.
- KURTZ, Ron E; PRESTERA, Hector.** O corpo revela. São Paulo, Summus, 1989.
- MACHADO, Andréa Monteiro de Barros.** Falando muito bem em público, Makron Books Editora, São Paulo, 1999.
- MACHADO, Sirley Maciel.** Apostila do Curso de Comunicação e Expressão Oral, Nível I, 1997.
- MACIEL, Sirley Machado.** Distúrbios de voz relacionado ao trabalho em professoras do Ensino Fundamental de um município da região metropolitana de Curitiba/PR. Biblioteca Central da UTFPR, Campus Curitiba, Curitiba, 2016.
- MOREIRA, Antonio Carlos.** Comunicação interpessoal, Edições Paulinas, São Paulo, 1991.
- PEREIRA, Flávio Roberto.** Curso – Oratória: como falar sem inibições, Série Cérebro e Comunicações, 1999.
- PICCOLOTTO, Leslie.** Técnicas de Impostação e Comunicação Oral. Apostila.
- POLITO, Reinaldo.** Assim é que se fala – Como organizar a fala e transmitir ideias. Editora Saraiva, São Paulo, 1999.
- POLITO, Reinaldo.** Como falar corretamente e sem inibições. Editora Saraiva, São Paulo, 1998.
- POLITO, Reinaldo.** Gestos e posturas para falar melhor. Editora Saraiva, São Paulo, 1996.
- POLITO, Reinaldo** – Vença o medo de falar em público, Editora Saraiva – São Paulo – 1996.
- POLITO, Reinaldo** – Como Falar De Improviso E Outras Técnicas De Apresentação Editora Saraiva – São Paulo – 1997.
- POLITO, Reinaldo** – Como Preparar Boas Palestras E Apresentações. Editora Saraiva – São Paulo – 1997.
- POLITO, Reinaldo** – Como Se Tornar Um Bom Orador E Se Relacionar Bem Com A Imprensa,

Editora Saraiva – São Paulo – 1997.

QUINTEIRO, Eudosia Acuña – Estética Da Voz, Uma Voz Para O Ator, Summus Editorial – São Paulo – 1989.

SOARES, Fernando. Curso de Oratória Dinâmica, Comunicação Moderna. São Paulo, Cibernetic Learning Systems, 1977.

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. O Corpo Fala, A Linguagem Silenciosa Da Comunicação Não-Verbal – Petrópolis – Vozes –1994.

Reconstrução – Ceco. Comunicação e Expressão, São Paulo, 1990.

Revista Claudia. Morrendo de vergonha, Junho/2000.

Revista Consulex. As técnicas da oratória, Dicas e soluções para quem pretende dominar plateias, Junho/2000.

Revista IstoÉ. Socorro! Estão me vendo! A fobia social, o pânico de se expor em situações que a maioria não consegue enfrentar, tortura muita gente, mas pode ser tratada, 18 de Novembro 1998.

Revista Veja. A vitória contra a timidez: novas técnicas que ajudam a falar em público e vencer a insegurança social, Editora Abril, 26 de Maio de 1999.

Revista Você S.A. Tenho horror de falar em público? Maio/1999.

Senac. Técnica vocal para telefonista, Unidade Gráfica, Curitiba, 1990.

***“Um bom esquema vale
mais que um longo discurso”.***

Napoleão Bonaparte