

7

CAPÍTULO

“AUTOAJUDA” PARA BEM FALAR EM PÚBLICO

Acir de Matos Gomes

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Neste artigo apresentamos algumas técnicas de Oratória¹ disponíveis em livros facilmente encontrados em bancas de jornal, livrarias, *sites* e vídeos nas redes sociais e fazemos uma análise dos seus conteúdos para verificar a possibilidade de classificá-los no gênero literário de “autoajuda” para falar bem em público,

¹ Grafamos Oratória para nos referimos à arte e técnica dotada de cientificidade, enquadramento teórico, enquanto que oratória, a qualquer conversa, fala, discurso, comunicação corriqueira.

embora a nossa classificação divirja da de Pombo (2016, p. 25-27), que apresenta como gêneros da oratória “a sacra, a política, a jurídica, a militar, a acadêmica, a empresarial, a panegírica, a artística, a esportiva, a jornalística, a comercial, a didática, a parlamentar e a festiva”.

Conceituamos Oratória como arte e técnica de falar bem para um auditório, praticada por um orador que fala para uma assembleia, para um público com finalidade de persuadir ou convencer, e que está diretamente ligada à eloquência. Para Isócrates, “é a arte da persuasão” (QUINTILIANO, 2015, p. 325) e para Areu “consiste em emitir o discurso com a excelência da expressão”. (QUINTILIANO, 2015, p. 341). Pombo (2016, p. 173) a define como “ciência e arte de falar com clareza diante de um público. É uma palavra latina que significa: falar, argumentar, declamar, discursar e convencer”. Logo, não é o falar consigo mesmo ou por meio da escrita, embora reconheçamos que há comunicação não verbal, desprovida de sons da fala, que também compõe atributos da Oratória.

PROPRIEDADES DA FALA NA ORATÓRIA

O ser humano utiliza a oratória desde o primeiro momento em que falou para se comunicar. A fala é uma fonte inesgotável de valores e inseparável do homem, revela os pensamentos, os sentimentos e os desejos, e é por meio dela que o homem influencia e é influenciado; portanto, é uma marca da personalidade que insere o homem na comunidade, tanto que Aristóteles (2001, p. 12) afirma ser o homem um animal cívico agraciado pela natureza com “o dom da palavra”, que não se confunde com “sons da voz”, entendidos como “expressão de sensações agradáveis ou desagradáveis, de que os outros animais são, como nós, capazes”. Para o autor, a “palavra é o laço de toda sociedade doméstica e civil” (ARISTÓTELES, 2001, p. 12) e, portanto, um dom que diferencia o homem dos demais animais. Pombo (2016, p. 173) ressalta que o homem que sofre para se expressar, por ansiedade, medo, timidez ou por obscuro processo de raciocínio, anula ou ofusca a sua personalidade.

Nesse mesmo sentido,

O que dizemos e como dizemos constrói nossa reputação, forma impressões e influência em nossa imagem, contribuindo para sermos aceitos ou rejeitados pelos grupos humanos. É falando que a personalidade se revela. A palavra é a forma de expressão da personalidade. Muitos se preocupam mais com a aparência, as roupas, as maneiras, o conjunto. Mas se desejamos impressionar favoravelmente os outros, a impressão que mais se fixa é o modo pelo qual falamos (PENTEADO, 2012, p. 367).

O significado da palavra dom utilizada pelos autores ao se referirem à oratória, para nós, cria um efeito de sentido que nos remete à divindade, aos poderes

sobrenaturais, ocultos, à magia e à doação; portanto, falar bem é um dom (doado para alguns), mas também uma habilidade/competência que pode ser trabalhada e melhorada com técnicas capazes de revestir o orador de meios para levar os ouvintes a se deleitarem com o discurso, como também a agirem e se sentirem não só persuadidos pelas paixões despertadas, mas também convencidos pelos argumentos lógicos bem empregados.

Os léxicos “magia”, “mago” e “palavras mágicas”, empregados por Ribeiro (2002), ao longo de sua obra, reforçam a ideia de que falar bem é como “acionar uma fórmula mágica”, tanto que, praticando a “magia” ensinada no livro, qualquer pessoa “poderá tornar-se um verdadeiro mago da comunicação”; afirmação essa que pode ser considerada apenas como verossímil, pois a Oratória exige outras habilidades e conhecimentos não abordados pelo livro. Oratória não é magia. Ninguém se torna um orador com um simples passe de mágica. Exige-se empenho, dedicação, estudo, treino, amadurecimento, coragem, um conjunto de valores e atributos pessoais constituintes do orador e de técnicas e ferramentas adequadas.

Para Anderson (2016, p. 11) há na fala um “conjunto de ferramentas” que constituem o orador, como o “tom da voz”, que permite aos ouvintes captar sua “vulnerabilidade, inteligência e sua paixão” e explorar “qualificações inconscientes que foram aprimoradas ao longo de centenas de milhares de anos”. “A facilidade para falar em público não é um dom congênito concedido a alguns felizardos, mas um amplo conjunto de aptidões” (ANDERSON, 2016, p. 19). Referido autor, ao descrever o desempenho de uma palestrante, também compara o poder da comunicação ao da magia: “A mulher que fala no palco está criando prodígios, e não lançando feitiços. Mas suas aptidões são tão poderosas quanto qualquer ato de magia” (ANDERSON, 2016, p. 9). A “magia”, o “milagre da recriação” tem estreita ligação com as provas retóricas (*ethos*, *pathos* e *logos*), e sua aplicação, embora tratada nos livros de autoajuda oratória como algo mágico, revela fragmentos da arte Retórica, que nada tem de magia, mas de cientificidade.

A linguagem só produz magia quando partilhada entre falante e ouvinte. E essa é a chave para que se realize o milagre de recriar suas ideias no cérebro de outras pessoas. Você só pode usar as ferramentas a que sua plateia tem acesso. Se usar apenas a sua linguagem, seus conceitos, seus pressupostos e seus valores, não terá sucesso. Então, em vez disso, utilize os deles. Só a partir dessa base comum os ouvintes podem começar a construir a sua ideia na mente deles (ANDERSON, 2016, p. 29-30).

Essa citação traz em si a ideia de que o orador, aquele que fala para convencer, sempre está envolto no interdiscurso, “nunca está sozinho”, o discurso não é um “acontecimento isolado”, pois sempre remete a outros discursos com o quais

pode ou não concordar. O bom orador é aquele que sabe falar, mas também o que compreende o discurso do outro e consegue “sopesar a força de seus argumentos e, sobretudo captar o não-dito” (REBOUL, 1998, p. XVIII-XIX), daí a importância de o orador conhecer as provas retóricas de Aristóteles (s.d.) – *ethos*, *pathos* e *logos*.

Há uma interdiscursividade entre o significado da palavra “dom” oratório e o da criação do mundo, previsto na Bíblia Sagrada (2000), no livro de Gênesis, capítulo 1, segundo o qual Deus criou todas as coisas, o céu, a terra, a luz, os animais, o firmamento, as plantas, as ervas e as nominou por força da palavra, no versículo 3: “Deus disse: Faça-se a luz! E a luz foi feita”; somente ao criar o homem, no versículo 26, utilizou-se do plural “façamos o homem à nossa imagem e semelhança”. Disso se depreende que a fala é também um ato performático, um ato de criação, um ato divino, portanto, “um superpoder” disponível a qualquer ser humano.

No ato de falar existe poder e este seduz e nos faz seduzidos por ser fruto de um movimento complexo que envolve valores, desejos e paixões. De acordo com a Bíblia Sagrada (2000), no livro do Gênesis, capítulo 3, foi por meio da palavra que a serpente seduziu Eva, que seduziu Adão e ambos comeram do “fruto proibido”. Por meio da fala, das palavras utilizadas, o orador revela aspectos patêmicos e racionais e constrói junto com o auditório os valores e as verdades que serão ou não aceitos em um determinado contexto sócio-histórico-cultural de uma determinada sociedade. Ao falar, a serpente, que já havia observado os humanos no paraíso, tocou a sensibilidade de Eva e de Adão e ambos se abriram para a porta do desejo, das paixões.

Para Ribeiro (2002, p. 102) “sabendo observar como alguém fala, você pode ‘adivinhar’ como ele pensa e age”. A “serpente” certamente observou Eva e Adão e, por ser um animal “mágico” (dotado do poder humano de falar), “falou” na linguagem dos ouvintes e “revelou” o desejo que eles nutriam. A oratória da serpente também “criou” outra “luz” e “trevas” até então desconhecidas pela realidade humana. Por meio da fala da serpente, Adão e Eva comeram dos frutos e os seus olhos abriram e viram a “luz”, viram que estavam “nus”. Os humanos, mesmo sob a “luz divina”, até então não tinham noção da verdade sobre a nudez que os cercavam. A “magia” da oratória, portanto, está inteiramente ligada ao persuadir e ao convencer. Ao ouvir um bom orador, as suas palavras são como dardos penetrantes, que modificam o modo de pensar, de sentir e de agir. Os olhos, o coração e a mente do ouvinte podem se abrir ou não para o que foi dito. É a força da palavra que pode criar, destruir ou sedimentar valores, crenças e hábitos.

A nudez de Adão e Eva permitiu-lhes experimentar a paixão do medo de falar em público. Desse fato em diante, Adão e Eva passaram a ter medo de Deus, pois “revelaram” as suas personalidades, as intimidades, os *ethe*, ou, numa expressão de Quintiliano (2015, p. 317), com os seus posicionamentos, insinuaram “movimento e impulso”, pois os movimentos podem sugerir “que se está sentado ou deitado”, “nu ou vestido”, ou ainda “dos dois modos”. O bom orador metaforicamente se despe diante do auditório. O auditório, que na grande maioria torce pelo sucesso do orador, consegue sentir se o orador tem capacidade e atributos de um comunicador eficaz. Há nessa relação uma troca, um movimento contínuo de interrelação entre o *ethos* do orador, o *pathos* do auditório e o *logos* do orador.

O que aconteceu com a serpente, Eva e Adão, pode se encontrado, ou revitalizado, em todos os momentos em que um orador se coloca diante de um auditório, pois há conexão com o condicionamento da paixão da felicidade, com o fato de sermos criaturas sociais desejantes do afeto, do respeito e da aceitação dos outros, um movimento revelador do que é conveniente e proveitoso. A Oratória capacita o orador a expressar e experimentar os afetos, as paixões eufóricas e disfóricas, sentimentos esses que são também vivenciados pelo auditório. Romper o medo de falar em público exige dedicação, estudo, conhecimento da situação que desperta essa paixão, mas a alegria e o prazer que a oratória bem-sucedida provoca compensam o esforço.

Os livros de oratória dão algumas dicas de como vencer o medo e esclarecem a sua origem. Polito (2005b, p. 17) pontua que o medo de falar em público é considerado um dos “maiores” do ser humano. Para justificar seu ponto de vista, ele apresenta uma pesquisa realizada pelo jornal *Sunday Times* com a seguinte graduação: “1º – medo de falar em público; 2º – medo de altura; 3º – medo de insetos, problemas financeiros, doenças e águas profundas e 4º – medo da morte”. A origem do medo está ligada ao mecanismo de defesa do ser humano, que, diante de uma situação de perigo, precisa fugir, mas, com a evolução da espécie humana, esse mecanismo natural se aperfeiçoou, se adaptou e se tornou mais eficiente. O organismo humano libera adrenalina, “um hormônio produzido pelas glândulas suprarrenais que, introduzido na corrente sanguínea, aumenta a pressão arterial” (SOUZA, 2017, p. 245). Desta forma, ao ter que falar em público, se a paixão do medo dominar o orador, esse mecanismo de defesa agirá, e como o orador não poderá fugir, a adrenalina não será metabolizada “com a mesma eficiência com que seria se os músculos estivessem se movimentando rapidamente”, o que provocará “um descontrole generalizado no organismo” (SOUZA, 2017, p. 245). Ter medo “não é ser covarde”; aquele advém da falta de conhecimento sobre o assunto, da falta de prática ou experiência em falar em público e da falta de autoconhecimento. É possível transformar o medo “de inimigo em poderoso aliado” (POLITO, 2005b, p. 27 e 48).

Mas, o que significa “falar bem”? Será apenas uma fala sem erro gramatical, com concordância verbal adequada e emprego das palavras corretas? Não. Não é! Para falar bem é preciso metaforicamente ter a ideia de “magia”, para impactar com “algo sobrenatural”, modificar o estado passional do ouvinte e despertar paixões. Não se trata de falar apenas por falar, mas de um falar que modifique de forma positiva os ouvintes e desperte prazer, um falar que pode ser compreendido como parte da arte Retórica, que visa “aproximar os espíritos” ou “negociar as diferenças”, como afirmam Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005). Nessa mesma linha de pensamento, Mendes, Almeida e Henriques (2010, p. 17) afirmam que “a comunicação rompe fronteiras, promove integração social, vence obstáculos e encurta as distâncias entre os seres humanos”.

Falar bem é um ato complexo, que exige do orador uma visão holística, sistêmica, uma compreensão dos valores do auditório (particular ou universal), dos gêneros do discurso (deliberativo, demonstrativo ou epidíctico e judiciário), dos três elementos do discurso (a pessoa que fala, o assunto de que se fala e a pessoa a quem se fala), dos três tempos (passado, presente e futuro) e das quatorze paixões² de Aristóteles (s.d.): cólera, calma, temor, segurança (confiança, audácia), inveja, imprudência, amor, ódio, vergonha, emulação, compaixão, favor (obsequiosidade), indignação e desprezo, pois, para viver em comunidade, o homem civilizado deve utilizar a força da língua, da linguagem e das palavras para negociar as diferenças, as opiniões, as crenças, os valores e as verdades.

A Oratória também pode ser entendida como “competência comunicativa” e, utilizada adequadamente, é “capaz de galvanizar uma sala e transformar a visão de mundo de uma plateia [...] é mais eficaz que qualquer texto escrito” (ANDERSON, 2016, p. 11), principalmente para o ser humano deste século, que valoriza o mundo com as suas próprias verdades, vê com ceticismo as verdades dogmatizadas das instituições, e amolda o seu discurso ao seu modo de viver e conforme as verdades que lhe são pessoais e verossímeis.

As instituições, ou Aparelhos Ideológicos do Estado (ALTHUSSER, 1974), parecem não conseguir determinar as condutas dos cidadãos do mundo globalizado, de divulgação massiva de informações e de conhecimentos. Permite-se, com isso, a criação de “oradores digitais”, de “celebridades digitais” ou, em uma nomenclatura atual, de “influenciadores digitais”, pessoas com milhões de seguidores

² Paixão, para Aristóteles (2003, XLII), corresponde “a tudo o que, acompanhado de dor e de prazer, provoca tal mudança no espírito que, nesse estado, observa-se uma notável diferença nos julgamentos proferidos”.

nas redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Periscope*, *Snapchat*, e esses “oradores” ditam valores, crenças e princípios que antes eram exclusivos das instituições ou de algumas poucas pessoas.

Nesse contexto há uma renovação, uma revitalização, um resgate da oratória (falar em público) prevista na Grécia e em Roma; mas, agora, com um alcance muito mais expressivo em termos de quantidade de ouvintes, pela possibilidade de compartilhar e de acessar os discursos em qualquer tempo e lugar. Além disso, com a internet é possível acessar os “maiores professores do mundo” e aprender “diretamente com eles”, algo muito difícil na antiguidade. Essa “revolução levou ao renascimento da arte de falar em público [...] fundamental para gerar empatia, provocar emoções, compartilhar conhecimentos e ideais e promover um sonho comum” e agora, as palavras e a paixão “podem se espalhar pelo mundo numa velocidade alucinante” (ANDERSON, 2016, p. 11).

Na Oratória encontramos as mesmas finalidades dos discursos previstos na *Arte Retórica* de Aristóteles (s.d.), o *move* (lado emotivo), o *delectare* (lado estimulante) e o *docere* (lado argumentativo); e as provas retóricas, *ethos* (caráter, imagem do orador), *pathos* (as paixões que movimentam o auditório) e *logos* (os argumentos, a racionalidade contida no discurso); por isso, o estudo da Oratória e a sua efetiva aplicação são muito mais profundos e extrapolam os conceitos dos “manuais” facilmente encontrados, aqui conceituados por nós como “autoajuda” oratória, justamente pela superficialidade científica e finalidade dos mesmos, embora entendamos que esses manuais podem ser guias para o orador neófito.

Oratória e Retórica possuem estreita relação. Scatolin (2009, p. 21-23) afirma existir uma retomada da Retórica aristotélica na Oratória de Cícero, mas com advertência de que o orador deve ter conhecimentos que ultrapassem os dos manuais de Retórica. Os “critérios do decoro, verossimilhança e autoridade” na obra de Cícero são analisados por meio de Antonio e Crasso, dois grandes oradores da época. O autor enfatiza que “a invenção, a disposição e a memória eram os pontos mais fortes da oratória de Antonio, enquanto Crasso era um orador perfeito, que combinava a seriedade à graça, à urbanidade [...] dotado de uma linguagem refinada, exata e elegante, sem afetação” (SCATOLIN, 2009, p. 16); contudo, ao falar da escassez de oradores eloquentes, Cícero, exorta a “grandeza da eloquência” e adverte que ela não será atingida pelos que esperam apenas com “os preceitos, mestres ou exercícios de que todos se servem, mas por meio de outros fatores” (CÍCERO apud SCATOLIN, 2009, p. 18). A cumulação da glória está condicionada ao “conhecimento de todos os grandes temas e artes”. É necessário florescer e tornar o discurso exuberante “devido ao conhecimento dos temas”, senão “ele terá uma eloquência vazia e quase pueril” (CÍCERO apud SCATOLIN, 2009, p. 18).

Do mesmo modo, as orientações e habilidades não tem valor algum sem a “ajuda da natureza”, pois a

quem faltar talento estes escritos não serão algo mais do que um tratado sobre cultivo dos campos em terras produtivas. Há ainda outros dons inatos, como suporte de cada um: a voz, pulmões resistentes no trabalho, a saúde, a perseverança, a beleza de estilo, que, mesmo que atingidos medianamente, podem ser ampliados pela razão; contudo, às vezes estão ausentes de tal modo que corrompem inclusive os benefícios do engenho e da dedicação: como esses mesmos bens, sem um mestre experiente, sem um esforço pertinaz e sem muito e contínuo exercício de escrever, de ler e de falar, por si mesmos de nada adiantam (QUINTILIANO, 2015, p. 33).

Podemos sinalizar, com apoio em Cícero e Quintiliano, uma crítica aos livros comerciais que se apresentam como “guias” para ensinar “oradores” a se tornarem comunicadores “fora de série”, pois embora ressaltem a importância de conhecer bem o tema a ser comunicado, apresentam apenas “dicas”, são muito mais pragmáticos do que científicos e não dotam os leitores de “grandes temas e artes”, por isso, podem ser utilizados como textos de “autoajuda”, gênero literário que se difundiu e ganhou notoriedade no final da década de 1970 e, atualmente, é recordista de vendas por todo o mundo.

No site da revista *Veja*³ há uma relação dos livros mais vendidos dentro do gênero de “autoajuda”. São realmente livros com conteúdos religiosos: *Batalha Espiritual*, *Como vencer gigantes*, *Mistérios da alma* e *Meditar Transforma*; e de motivação, ação e superação pessoal, como: *O poder da ação*; *Propósito*; *Poder e Alta-performance*; *O poder do agora*; *O poder do hábito*; *Os segredos da mente milionária*; *Por que fazemos o que fazemos?*; *Qual é a tua obra? O segredo da Dinamarca*; *Como fazer amigos e influenciar pessoas*; *20 regras de ouro para educar filhos e alunos* e *Ansiedade: como enfrentar o mal do século*; *Ansiedade 2 – Autocontrole: como controlar o estresse e manter o equilíbrio* e *Ansiedade 3 – Ciúme: o medo da perda acelera a perda*. Nesse universo, rondam críticas positivas e negativas quanto à eficácia dos livros de “autoajuda”, mas ninguém pode negar que é um mercado promissor e rentável.

No gênero autoajuda, encontramos os livros que “influenciam e/ou tentam influenciar todos os campos da atividade humana, podendo mesmo ser considerados manifestações de uma dada concepção de ‘natureza humana’ e do ‘bem-agir’ no

3 Os livros mais vendidos até o dia 12/07/2017. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/livros-mais-vendidos/autoajuda-e-esoterismo/>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

mundo” (SOBRAL, 2006, p. 19). As profissões como a medicina, a psiquiatria, a psicologia e a religião, propõem “a descoberta de forças, principalmente interiores capazes de melhor servir às necessidades humanas sem recurso ‘terceiros’ (SOBRAL, 2006, p. 19). Esses livros têm uma trajetória interessante. Os modernos, surgidos depois da Segunda Guerra Mundial, final da década de 1970, “buscavam promover o sucesso, material ou não, por meio da afirmação da personalidade do leitor, principalmente do sexo masculino” (SOBRAL, 2006, p. 20). Posteriormente, alguns passaram a adotar “uma inclinação ‘coletivista cósmica’: vencer sim, mas agora também a partir de uma ênfase na unidade entre todos os sujeitos e entre todas as coisas, num plano transcendente” (SOBRAL, 2006, p. 20).

A literatura de autoajuda, no conceito de gêneros retóricos (deliberativo, demonstrativo e judiciário) de Aristóteles (s.d.), pode ser inserida no deliberativo, pois, nesse gênero, o auditório é composto por membros da assembleia, o tempo verbal é o futuro, e visa-se aconselhar/dissuadir sobre o que é conveniente/prejudicial por meio do exemplo; embora todos os gêneros retóricos perpassem pela possibilidade ou impossibilidade da existência ou da inexistência, da produção ou não de um fato, da grandeza ou da pequenez, do bem e do mal, do belo e do feio, do justo e do injusto, que são elementos que caracterizam especificamente outros gêneros retóricos.

Para Meyer (2007, p. 29), no epidítico, o “auditório julga se é belo”, no judiciário, se é “justo”, e no deliberativo, se é “útil”. Na divisão dos gêneros, embora o próprio Aristóteles (s.d.) advirta que eles se sobrepõem, a busca pelo justo ou injusto é função primeira do judiciário e a perspectiva de julgamento liga-se às questões do passado. No deliberativo, há o questionamento sobre o que é útil ou nocivo para a coletividade, e o epidítico se presta às homenagens, críticas ou censuras. Adverte Quintiliano (2015, p. 391) que “Aristóteles, ao estabelecer as três espécies do discurso [...] praticamente submete tudo ao orador, já que nada deixa de se enquadrar nessas espécies”, logo, o orador que lê os livros de oratória busca adquirir conhecimento para utilizar no futuro. De qualquer forma, os livros se mostram úteis ao apresentar dicas e estratégias oratórias.

MANUAIS DE ORATÓRIA NA CONTEMPORANEIDADE

Quanto ao conteúdo dos livros de oratória contemporânea, como bem ressaltado por Anderson (2016, p. 10), o orador não deve julgar “os conselhos” “como regras que prescrevem uma forma única de falar, [...] mas um conjunto de ferramentas que buscam incentivar a variedade”. Com essas premissas, os livros *Magia da Comunicação*; *PowerSpeak*, *o poder da fala: o guia completo para*

oratória e apresentação persuasivas; Falar bem é fácil: um superguia para uma comunicação de sucesso; Seja um ótimo orador; Como se tornar um comunicador fora de série; Faça seu coração falar e torne-se um orador extraordinário; 29 minutos para falar bem em público e conversar com desenvoltura; Adeus ao medo de falar em público; Vença o medo de falar em público; A técnica da comunicação humana e TED Talks: o guia oficial do TED para falar em público apresentam técnicas de oratórias atuais, que se assemelham às de Cícero (apud PENTEADO, 2012, p. 365): 1.^a – descobrir ideias; 2.^a – dispor as ideias, dividindo-as e classificando-as pelo critério da importância de cada uma; 3.^a – revestir e embelezar as ideias com expressão conveniente; 4.^a – Fixá-las na memória; 5.^a – Recitá-las com dignidade e graça; bem como a sequência rígida do discurso: 1. antes de entrar no assunto cativa o espírito dos ouvintes; 2. exponha a questão; 3. indique o ponto em discussão; 4. apresente as provas em apoio à tese; 5. refute objeções e 6. termine, ampliando e desenvolvendo tudo o que é favorável ao tema e enfraquecendo e demolindo tudo que favorece o adversário.

Essas técnicas assemelham-se também às de Quintiliano (2015, p. 417), para quem a arte Oratória é composta por cinco partes: “a invenção, a disposição, a elocução, a memória e a pronúncia”, uma vez que todo discurso exige “objetivo e palavras”. Leeds (1998), no livro *PowerSpeak*, apresenta essas partes quando dá dicas e fornece conteúdos para a preparação de um orador convincente. Assim, ele ressalta a “importância da preparação” prévia; e afirma que o orador deve começar “declarando o objetivo”; e, em seguida, “orientar sua argumentação pelo objetivo”. Além disso, é importante que o orador não se limite a “informar”, mas busque convencer; que ele “respeite os limites de seu público”; “escolha cuidadosamente suas histórias” e encerre com “grande estilo”.

Pombo (2016, p. 33) apresenta como estrutura do discurso: a introdução (ou exórdio), o desenvolvimento (ou corpo do discurso ou exposição) e a conclusão (ou término ou peroração) e Ayabe (2008, p. 45) faz um destaque especial para a memória, cuja palavra tem “origem no latim e está associada à faculdade de retenção ou recuperação de ideias, imagens, sons e expressões captadas nas experiências de vida”, que habita o “bairro das emoções” e é “seletiva”. Mendes, Almeida e Henriques (2010, p. 68), ao falar dessas etapas, sugere o tempo de “20% para a introdução, 70% para o desenvolvimento e 10% para a conclusão”, mas ressalta que isso “pode variar de acordo com os objetivos, tipo de evento e as necessidades do público”.

A começar pelos títulos, vemos que todos os livros listados acima têm como finalidade revelar para o orador a possibilidade de vencer o medo de falar em

público, de ser um orador de sucesso por meio de técnicas que podem ser apreendidas, e apresentar as técnicas para bem falar. Orador de sucesso é o que explora o poder da fala. Deste modo, também percebemos que as palavras utilizadas nos livros, tais como: sucesso, vencer, poder, fazer, tornar e guia, são as mesmas utilizadas nos livros de autoajuda, sejam eles de cunho religioso, esotérico ou motivacional. Mendes, Almeida e Henriques (2010, p. 19) elencam os poderes de um bom orador: “[de desenvolver o] autoconhecimento, [de] firmar-se no mundo, [de] legitimar o diálogo, de criar, de conquistar oportunidades profissionais e de liderar”.

No livro *Seja um ótimo orador* (POLITO, 2005a), o título no imperativo cria o efeito de sentido de que toda e qualquer pessoa ao lê-lo será de fato “um ótimo orador”, embora tornar-se um orador persuasivo exija trabalho árduo. O mesmo efeito de sentido é encontrado nos livros *Vença o medo de falar em público* (POLITO, 2005b), *Faça seu coração falar e torne-se um orador extraordinário* (AYABE, 2008), *Falar bem é Fácil: um superguia para uma comunicação de sucesso* (MENDES, 2010) e *Faça todo mundo gostar de você em 90 segundos* (BOOTHMAN, 2012). Notamos que a maioria dos livros de técnicas oratórias parte de uma premissa falaciosa, a de que é possível falar bem, ser eloquente e detentor da técnica em pouco tempo, como, por exemplo, em “29 minutos” ou “90 segundos”⁴, o que contraria os estudos clássicos da Oratória.

Para Quintiliano (2015), somente o “homem bom pode ser o orador perfeito; por isso exigimos nele não só exímia habilidade de falar, mas todas as virtudes do espírito. [...] seja o orador tão perfeito que possa ser realmente chamado de sábio, e não só nos costumes, mas também no conhecimento e na habilidade de falar [...] já que o discurso deve ter três propriedades, de modo que seja correto, claro e elegante (porque falar de modo adequado, que é o principal, muitos o subordinam à elegância). [...] Pois, mesmo que digamos algo próprio, elegante e sublime, isso de fato não se verifica a não ser no conjunto e na sequência do discurso, pois destacamos as palavras bem adequadas aos assuntos”⁵.

Para mostrar que o domínio da oratória é complexo, destacamos que, além dos cuidados com a comunicação verbal (oral), é também necessário cuidar da

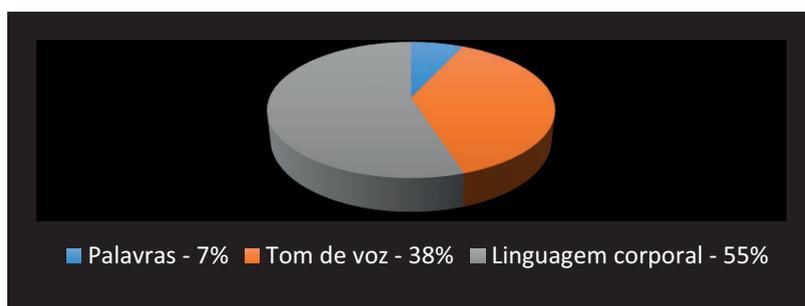
⁴ As expressões em destaque referem-se aos títulos das obras: POLITO, Reinaldo; POLITO, Rachel. *29 minutos para falar bem em público e conversar com desenvoltura*. Rio de Janeiro: Sextante, 2015; e BOOTHMAN, Nicholas. *Faça todo mundo gostar de você em 90 segundos: como transformar a primeira impressão em relacionamentos significativos na vida, no trabalho e no amor*. São Paulo: Gente, 2012.

⁵ QUINTILIANO, 2015, p. 23-93 passim.

comunicação não verbal, cuja interferência na eficácia da persuasão é significativa. Os gestos falam, comunicam e precisam ser harmônicos com o dito, com o discurso. Qualquer estranheza ou incoerência gera ruído na comunicação, o ouvinte percebe com facilidade e rejeita o orador; fim da persuasão! Com isso, é possível classificar ou mensurar o orador como culto (bom) ou não culto (mau). Nesse sentido:

[...] os maus bradam em todos os lugares e mugem tudo com as mãos levantadas [...] uma gesticulação com muita agitação para lá e para cá, com respiração ofegante e muito aparato, revelando descontrole mental pelo movimento da cabeça. Então batem palmas, metem o pé na terra, batem nas coxas, no peito e na cabeça, causando encantamento no círculo dos vestidos de preto. O orador culto, ao contrário, prefere ser e parecer modesto e sabe usar um tom simples, diversificar o estilo e ordenar as ideias, como também, ao expor, adequar a expressividade a cada gesto, próprio daquilo que venha a dizer, e se há algo digno de uma atenção constante (QUINTILIANO, 2015, p. 311-315).

Por esse motivo, alguns manuais e cursos de Oratória dão grande importância para a comunicação não verbal. Muitos a valorizam de forma equivocada, por aceitarem, sem aprofundamento do estudo teórico de Mehrabian (1981), a eficácia da comunicação condicionada à seguinte proporção:



Fonte: Boothman (2012).

O equívoco dessa proporção se dá pelo fato de que os referidos estudos visavam descobrir como a emoção era comunicada e não a eficácia de cada uma delas nos discursos. Ressaltamos, com apoio em Mendes, Almeida e Henriques (2010, p. 116), que a “voz revela traços importantes de cada um” e que “conhecer a própria voz é conhecer um pouquinho da própria alma”. A voz individualiza o ser humano como único, pois ela é “única em sua vibração, cor, tom, textura e musicalidade”, logo, não pode ser desconsiderada no conjunto oratório. A ênfase, a entonação, a pronúncia e o ritmo são importantes ferramentas na oratória, por

haver na fala apenas uma porção diminuta de “finalidade linguística”, já que, para Bloch (1963), parte relevante dela expressa o estilo, a moral de quem fala, suas emoções, atitudes e até mesmo profissão e classe social a que pertence. A voz revela o estado de nossos pensamentos e sentimentos muito mais do que as palavras.

Prova disso é que o próprio Mehrabian (1981), no seu site⁶, faz observação importante em um parágrafo destacado em negrito:

Please note that this and other equations regarding relative importance of verbal and nonverbal messages were derived from experiments dealing with communications of feelings and attitudes (i.e., like-dislike). Unless a communicator is talking about their feelings or attitudes, these equations are not applicable (MEHRABIAN, 1981)⁷.

É inegável que a comunicação não verbal interfere na eficácia da oratória, tanto que Quintiliano (2015), dentre outras observações, a ela faz menção:

[...] a posição rígida do corpo tem pouca elegância: assim, que o rosto seja visto de frente, os braços pendentes pelos lados, os pés juntos e, de alto a baixo, o conjunto tenha uma expressão austera. Aquela flexibilidade, ou dirá melhor, aquele movimento proporciona certa impressão de atividade e disposição de espírito. Por isso, a disposição da mão não deve ser sempre a mesma e a expressão do rosto deve variar ao infinito (QUINTILIANO, 2015, p. 317).

Todos os livros elencados nesse estudo fazem destaque à comunicação não verbal, à sua importância e indicam a posição correta dos gestos. Destacamos algumas delas:

Faça um gesto para cada informação predominante na frase. [...] Não tenha pressa de voltar à posição de apoio. [...] Gesticule com os braços acima da linha da cintura. [...] Faça o movimento a partir do ombro. [...] Varie os gestos. [...] Marque o ritmo da fala com os braços na frente do corpo. [...] Estabeleça um sincronismo harmônico entre os gestos, a voz e a mensagem. [...] Posicione-se naturalmente sobre as duas pernas. [...] Use o semblante para se comunicar com mais expressividade. [...] Olhe para os ouvintes. [...] Converse naturalmente. (POLITO, 2005a, p. 104-114).

Um vídeo bem interessante da palestra de Amy Cuddy no TED Talks, publicado no *YouTube* em 01 de outubro de 2012, com mais de doze milhões de visua-

⁶ Disponível em: <<http://www.kaaj.com/psych/smorder.html>>. Acesso em: 2 jul. 2017.

⁷ Por favor, note que esta e outras equações sobre a importância relativa das mensagens verbais e não verbais foram derivadas de experiências que tratam de comunicações de sentimentos e atitudes (ex. gostar-não gostar). A menos que um comunicador esteja falando sobre seus sentimentos ou atitudes, essas equações não são aplicáveis (tradução nossa).

lizações⁸, demonstra bem a importância da linguagem corporal e como a sua mudança pode aumentar a autoconfiança. A palestrante parte da máxima de que “our bodies change minds... and our minds change our behavior... and our behavior change our outcomes”⁹, logo, o orador que não tem uma postura de poder pode utilizar-se de outra máxima: fingir até que se torne real, pois “dois minutos diários de novas posturas” são suficientes para mudar a linguagem corporal e gerar autoconfiança. A técnica não é utilizada para produzir “impostores”, mas para advertir o auditório de que a mudança corporal é capaz de mudar a mente e, com isso, o comportamento, que era “fingido”, passa a ser real, ou seja, o comportamento gerará resultados reais, pois, “o homem convencido do que diz parece transportar o pensamento em sua voz: objetiva e dirige um esforço de penetração intelectual, sensual, mímico e sonoro” (BLOCH, 1963, p. 72).

Contudo, só a autoconfiança não é suficiente para garantir o sucesso do orador. Como também não o é a presença de palco ou o falar bem. Anderson (2016) explica ser relevante

[...] ter algo importante a dizer. Ideia é qualquer coisa capaz de mudar a visão de mundo das pessoas. Se conseguir provocar uma ideia impactante no espírito das pessoas, você terá realizado um efeito estupendo. Terá dado a elas um presente de valor incalculável. Num sentido muito real, um pedacinho de você terá se tornado parte delas. [...] Estilo sem conteúdo é horrível (ANDERSON, 2016, p. 25-26).

Mendes, Almeida e Henriques (2010, p. 75 e 166), asseveram que o orador “fica muito exposto” e “tudo nele é observado e avaliado”. Os autores também apresentam algumas “gafes” que todo orador deve evitar, tanto na comunicação oral quanto na não verbal e na interpessoal. Ao explicarem como evitar essas “gafes”, dão dicas de como falar em público para ter sucesso, causar uma boa impressão para ser ouvido, compreendido e aceito. Nesse caso, o orador deve evitar:

Na comunicação oral. Falar muito baixo, falar muito depressa ou muito devagar. Falar com voz estridente. Falar em tom monótono, sem modulação. Diminuir o volume da voz no final das frases. Falar como um robô. Omitir “s” e “r” finais. Usar muitos termos estrangeiros. Ser repetitivo ou monossilábico. Expressar-se sem objetividade e clareza. Usar termos técnicos para um público leigo. Usar argumentos inconsistentes e genéricos. Perder-se em detalhes, abusar das citações. Utilizar

⁸ O vídeo *Amy Cuddy: Sua linguagem corporal molda quem você é* está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ks-_Mh1QhMc>. Acesso em: 15 jul. 2017. A tradução da palestra é de Ilona Bastos e a revisão das legendas em língua portuguesa é de Paulo Duarte.

⁹ Nossos corpos mudam as mentes... e nossas mentes mudam nosso comportamento ... e nosso comportamento muda nossos resultados (tradução nossa).

vícios de linguagem: Tá?; Né?; Ok?; Certo?; Entendeu?; Perceber?; É isso aí!; Tipo assim...; A gente; Acho que...; A nível de... (MENDES; ALMEIDA; HENRIQUES, 2010, p. 75).

Na comunicação não verbal. Manipular objetos – caneta, chaveiro, crachá, gravata, etc. Ajeitar os cabelos e óculos. Coçar-se. Prender as mãos nas costas. Roer unhas. Cruzar os braços. Enfiar as mãos no bolso. Apoiar-se nos móveis. Olhar para o chão ou para o teto. Olhar muitas vezes para o relógio.

Na comunicação interpessoal. Ser egocêntrico. Usar a comunicação como forma de poder. Ignorar as perguntas da plateia. Ser impaciente. Fornecer informações incorretas. Interromper o interlocutor, desrespeitando sua vez de falar. Revelar preconceitos. Chegar atrasado para a apresentação. Demonstrar preferências pessoais. Receber as perguntas da plateia como se fossem ofensa pessoal. Ignorar a linguagem corporal dos espectadores (MENDES; ALMEIDA; HENRIQUES, 2010, p. 77).

O gesto, o movimento, a postura e as expressões faciais descrevem, complementam e reforçam ideias; dão colorido à fala; substituem palavras; dinamizam a comunicação; contradizem o discurso; exprimem sentimentos; promovem interação com o ouvinte; facilitam a transmissão da mensagem. Devem ser naturais, sugestivos, interativos e harmoniosos. (MENDES; ALMEIDA; HENRIQUES, 2010, p. 166).

Essas dicas, somadas às demais constantes nesses livros de autoajuda oratória, dão uma noção superficial de ferramentas auxiliares para quem deseja falar em público, contudo, dominar e conhecer a Oratória exige muito mais do que neles consta.

CONCLUSÃO

Tornar-se um bom orador deve ser uma busca incessante de todo ser humano desta era de conexão e de globalização. Não pode haver desculpas. A timidez, a vergonha, o medo, a insegurança precisam ser vencidos. A sobrevivência, a satisfação dos desejos, a organização da vida em sociedade, conseguir um emprego, comprar, vender, negociar, enfim, o existir humano necessariamente depende da oratória, da fala, que é um sistema de interação humana. A Oratória deveria retornar para as grades curriculares para ser estudada como disciplina apta a capacitar os discentes para falar bem, tendo em vista a persuasão e o convencimento. Enquanto isso não acontece – se é que retornaremos à época em que as “artes liberais” do *Trivium* (Lógica, Gramática e Retórica) eram ensinadas e integravam as bases da educação do ser humano –, os livros de “autoajuda oratória” conseguem dar ao iniciante algumas “dicas” e “estratégias” interessantes, embora possam, com uma leitura desatenta, levar o leitor ao equívoco da possibilidade *fast* de se tornar um orador eficaz.

O ser humano revela os seus sentimentos, pensamentos e personalidade por meio da comunicação verbal e não verbal. Sendo assim, reforçamos a necessidade de resgatar o estudo e o ensino da Oratória – até como instrumento de garantia da Democracia, regime de governo que permite a liberdade de expressão. Sem liberdade há tirania. É necessário (des)construir a imagem negativa que se tem da Oratória e enfatizar a sua importância e necessidade na sociedade, pois uma pessoa que não sabe falar não consegue expor os seus pensamentos e ser, ao menos, ouvida por um público; está condenada ao fracasso, pois quem domina a Oratória tem a chave do poder, do sucesso, do respeito, da admiração e da aceitação.

Para os iniciantes da Oratória, começar pelos livros de “autoajuda oratória” supracitados é um caminho que deve conduzir a uma pesquisa mais aprofundada e desaguar no oceano dos estudiosos clássicos, como Aristóteles, Quintiliano, Cícero, dentre outros. É preciso começar e se lançar nesse oceano insondável de mistério, magia e, principalmente, de cientificidade, capaz de nortear a vida pessoal e profissional de excelência.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e aparelhos ideológicos de estado*. Tradução de Joaquim Jose de Moura Ramos. Lisboa: Editorial Presença, 1974.
- ANDERSON, Chris. *TED Talks: o guia oficial do TED para falar em público*. Tradução Donaldson Garschagen e Renata Guerra. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Tradução Antônio Pinto de Carvalho. Rio de Janeiro: Tecnoprint, [s.d.].
- _____. *Política*. Tradução de Torrieri Guimarães. São Paulo: Martin Claret, 2001.
- _____. *Retórica das paixões*. Introdução, notas e tradução do grego: Isis Borges B. da Fonseca. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- AYABE, Cláudio. *Faça seu coração falar: e torne-se um orador extraordinário*. São Paulo: Bushido, 2008.
- BÍBLIA. Português. *Bíblia Sagrada*. Tradução dos originais hebraico e grego feita pelos Monges de Maredsous (Bélgica). 134. ed. rev. por Frei João José Pedreira de Castro, O.F.M., e pela equipe auxiliar da editora. São Paulo: Claretiana; Ave Maria, 2000.
- BLOCH, Pedro. *Problemas da voz e da fala*. Rio de Janeiro: Letras e Artes, 1963.
- BOOTHMAN, Nicholas. *Faça todo mundo gostar de você em 90 segundos: como transformar a primeira impressão em relacionamentos significativos na vida, no trabalho e no amor*. Tradução de Sonia Augusto. São Paulo: Gente, 2012.

KOEGEL, Timothy J. *Como se tornar um comunicador fora de série*. Tradução de André Costa. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

LEEDS, Dorothy. *Power Speak, o poder da fala: o guia completo para oratória e apresentação persuasivas*. Tradução de Eduardo Francisco Alves e Elisabete Soares. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.

MEHRABIAN, Albert. *Silent messages: implicit communication of emotions and attitudes*. Belmont, CA: Wadsworth, 1981.

MENDES, Eunice; ALMEIDA, Lena e HENRIQUES, Marco Polo. *Falar bem é fácil: um superguia para uma comunicação de sucesso*. São Paulo: AGWM, 2007.

MEYER, Michel. *A retórica*. Revisão técnica de Lineide Salvador Mosca. Tradução de Marly N. Peres. São Paulo: Ática, 2007.

OS LIVROS mais vendidos até 12/07/2017. *Veja.com*. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/livros-mais-vendidos/autoajuda-e-esoterismo/>>. Acesso em 9 jul. 2017.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. *A técnica da comunicação humana*. 14. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. Tradução de Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. Revisão da tradução: Eduardo Brandão. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

POLITO, Reinaldo. *Seja um ótimo orador*. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2005a.

_____. *Vença o medo de falar em público*. 8. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005b.

POLITO, Reinaldo; POLITO, Rachel. *29 minutos para falar bem em público e conversar com desenvoltura*. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

POMBO, Ruthe Rocha. *Adeus ao medo de falar em público*. São Paulo: Ideias & Letras, 2016.

QUINTILIANO, Marcos Fábio. *Instituição oratória – Tomo I*. Tradução e notas de Bruno Fregni Bassetto. Campinas, SP: Ed. Unicamp, 2015.

REBOUL, Olivier. Introdução. In: *Introdução à retórica*. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

RIBEIRO, Lair. *A magia da comunicação*. Belo Horizonte: Leitura, 2002.

SCATOLIN, Adriano. *A invenção no Do Orador de Cícero: um estudo á luz de Ad Familiares I, 9, 23*. 2009. 313 f. Tese (Doutorado em Letras Clássicas) – Programa de Pós-Graduação em Letras Clássicas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

SOBRAL, Adail Ubirajara. *Elementos sobre a formação de gêneros discursivos: a fase “parasitária” de uma vertente do gênero de auto-ajuda*. 2006. 325 f. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – Programa de Estudos de Pós-Graduados em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

SOUZA, Genival Evangelista de. *Manual do trabalho acadêmico-científico*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

TED. Amy Cuddy: Sua linguagem corporal molda quem você é. *YouTube*. 1º out. 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ks-_Mh1QhMc>. Acesso em: 15 jul. 2017.