

# 5

## CAPÍTULO

### PROTAGONISMO ORATÓRIO

*Cláudia Abuchaim*

*Maria de Lourdes e Silva Pereira*

*O auditório transforma-se em Medusa ameaçadora e o pobre orador, de olhá-la, petrifica-se de medo.*

Antônio Reis

Retórica, oratória e eloquência são três palavras que derivam de diferentes raízes, mas todas significam falar. Retórica é palavra grega e as outras duas procedem do latim.

A palavra retórica se origina da substantivação do adjetivo feminino retórica pela elipse do substantivo técnica, portanto, técnica retórica = retórica. Da mesma forma, oratória é um adjetivo substantivado pela elipse da palavra arte, que equivale à palavra técnica, assim, arte oratória = oratória. Já eloquência constrói-se sobre o adjetivo *eloquens* = eloquente e se liga ao verbo *eloqui* = falar, falar

com arte, com elegância, com riqueza (TRINGALI, 1988, p. 12). Como as palavras apresentam traços comuns e diferenciais, como teoria, produto e valor, nem sempre se pode usar uma palavra pela outra.

Do ponto de vista teórico, retórica, oratória e eloquência devem ser entendidas como estudo da produção e análise do discurso. Constroem-se modelos e se aplicam modelos. A mais frequente e de maior aplicação é retórica, a seguir oratória e eloquência.

Quanto ao produto, oratória e eloquência referem-se aos discursos efetivamente realizados, não importa se pronunciados ou escritos. Note-se que no sentido político não se usa a palavra retórica e a mais funcional é oratória.

Já com relação ao valor, eloquência apresenta sentido positivo e elogioso, enquanto retórica apresenta sentido negativo e pejorativo e, nesse caso, se usa em oposição à eloquência.

Para que haja a arte oratória são necessários três componentes básicos: um orador (*ethos*), um auditório ao qual se dirija (*pathos*) e uma “mídia”, por meio da qual se encontrem para comunicar o que pensam e trocar pontos de vistas (*logos*).

## O ORADOR

A palavra ética liga-se ao *ethos*, que para os gregos é a imagem de si, o caráter, a personalidade, os traços de comportamento. Identifica-se o *ethos* ao papel do orador porque é alguém que deve ser capaz de responder às perguntas que geram debate. O *ethos* se liga à pessoa, à imagem que o orador passa de si mesmo, o auditório decidirá segui-lo ou refutá-lo. Afirma-se que o *ethos* é o orador como princípio (e também como argumento) de autoridade; é o ponto final do questionamento (MEYER, 2007).

### O *ethos* aristotélico

Encontra-se na *Retórica* de Aristóteles dois campos semânticos opostos ligados ao termo *ethos*: um, de sentido moral e fundado na *epieikeia*, engloba atitudes e virtudes como *honestidade*, *benevolência* ou *equidade*; outro, de sentido neutro ou “objetivo”, de *héxis*, que reúne termos como *hábitos*, *modos e costumes* ou *caráter*.

Para Aristóteles, o *ethos* é particularmente importante:

Obtém-se a persuasão por efeito do caráter moral, quando o discurso procede de maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de confiança. As pessoas de

bem inspiram confiança mais eficazmente e mais rapidamente em todos os assuntos, de um modo geral; mas nas questões em que não há possibilidade de obter certeza e que se prestam à dúvida, essa confiança reveste particular importância. É preciso também que este resultado seja obtido pelo discurso sem que intervenha qualquer preconceito favorável ao caráter do orador (ARISTÓTELES, 2005, p. 33).

## O *ethos* e a contemporaneidade

Devido à grande demanda midiática, o orador precisa se adaptar a seu auditório, conhecer suas necessidades, e também construir uma imagem confiável de sua própria pessoa, em função das crenças e valores que ele atribui àqueles que o ouvem (AMOSSY, 2005).

Ferreira chama a atenção para mais um tipo de *ethos*, que é admitido por alguns autores: o *ethos prégio*,

[...] que se constituiria numa representação construída pela opinião pública e que, por ser prégio, condicionaria a construção, estereotipada, do *ethos* discursivo. Nesse sentido, então, os antecedentes morais, éticos e as atribuições de caráter formariam uma imagem, antecipadamente construída pelo auditório, capaz de afetar e de condicionar aquela que o próprio enunciador constrói de si em seu discurso. Visto assim, o *ethos* pode tanto facilitar o acordo de um orador com o auditório quanto dificultar o contato (FERREIRA, 2010, p. 91).

Conclui-se que o orador, simbolizado pelo *ethos*, tem credibilidade assentada no seu caráter, na confiança que lhe outorgam e, para mover o auditório, simbolizado pelo *pathos*, precisa comovê-lo e seduzi-lo. O discurso, simbolizado pelo *logos* (a palavra, a razão), pode revestir-se de diversas tipologias.

Reboul (2004) afirma que são três os gêneros do discurso retórico: judiciário, que tem como auditório o tribunal; deliberativo (ou político), cujo auditório é a Assembleia (Senado); epidíctico, que tem como público os espectadores em geral, todos os que assistem a discursos de aparato, como panegíricos, orações fúnebres ou outras. Os atos dos discursos diferenciam-se: o judiciário acusa ou defende, refere-se ao passado; o deliberativo aconselha ou desaconselha em todas as questões referentes à cidade, refere-se ao futuro; o epidíctico censura e, na maioria das vezes, louva, refere-se ao presente.

Cícero define orador como “aquele que pela palavra instrui, encanta, comove o auditório. Instruir é uma obrigação; encantar, uma honra feita ao que escuta; comover uma necessidade” (CORRÊA, 1972, p. 21-22).

O padre Antônio Vieira é considerado um grande orador da língua portuguesa. O método parenético é utilizado por Vieira em seus sermões com o objetivo

de conseguir a adesão do auditório. Consiste tal método em lançar o argumento e pensar possibilidades de contestação do ouvinte, antecipando-se às conclusões do auditório com o objetivo de desarmar as possíveis objeções.

Senger (1960) afirma que a arte oratória se dirige tanto ao sentimento como à razão; impõe-se até mesmo aos homens mais indiferentes, adapta-se aos auditórios e às circunstâncias.

No *De Oratore*, I, 5.17, Cícero afirma sobre o orador:

Deve-se ter o conhecimento dos mais variados assuntos, sem o que o fluxo das palavras se torna vazio e ridículo. O próprio discurso [*oratio*] deve ser disposto não só por meio da boa escolha, mas também segundo uma boa organização das palavras. Além disso, todos os movimentos da alma que a natureza atribuiu ao gênero humano devem ser profundamente conhecidos, porque toda a força e arte da oratória traduzem-se no emocionar e no acalmar as mentes daqueles que estão ouvindo. É preciso que sobrevenham certa elegância [*lepos*], bom gosto [*facetia*] e uma erudição digna de um homem livre, além de brevidade tanto para responder quanto para provocar, unida à beleza sutil e à urbanidade (CÍCERO, 1967, p. 12).

Cícero importa-se mais com o perfil do orador: associa a figura do orador ideal à de um homem de maneiras aristocráticas e erudito. Apenas alguns homens dominam a arte do bem falar. No *De Oratore*, I, 7.31, ele faz a seguinte indagação: “Em verdade, o que é tão admirável quanto surgir dentre uma multidão de homens alguém que seja capaz de usar sua faculdade de falar – algo que foi dado a todos pela natureza – de modo ímpar ou como poucos?” (CÍCERO, 1967, I, p. 17).

Segundo Cícero (1967), alguns procedimentos são necessários ao bom orador: a atitude do corpo, o jogo fisionômico e os gestos, que compõem a mímica que domina soberanamente a arte da palavra. Além disso, o autor alerta que o orador deve conhecer o assunto e ter vasta erudição, senão o discurso tem uma elocução pobre e quase pueril.

Os livros de oratória do século XX não compartilham plenamente com os ensinamentos de Cícero, pois se assemelham a manuais de condutas. Os autores dão aulas de como se comportar diante do auditório, ditam regras que deveriam ser seguidas pelo bom orador.

Moraes ensina ao orador:

1) trajar-se decentemente; 2) não subir nem descer da tribuna de forma precipitada ou aflita; 3) não arrumar a roupa nem antes nem durante o discurso; 4) evitar gestos de tocar o nariz, o cabelo ou qualquer outra parte do corpo; 5) não empunhar qualquer objeto; 6) não apoiar a mão na mesa ou apoiar-se em qualquer outro objeto; 7) manter posição natural, não passear na tribuna; 8) visualizar o auditório, olhar nos

olhos de cada um e de todos para averiguar o efeito de suas palavras; 9) não por as mãos nos bolsos, é sinal de instabilidade emocional; 10) se puder, não falar sentado, ou sentar-se ereto na cadeira; 11) não beber água durante o discurso; 12) não esquecer que as primeiras impressões são as mais duradouras (MORAES, 1963, p. 51-52).

Segundo Cunha (2010), em 1958, no mesmo ano em que Stephen Toulmin publica a obra *The Uses of Argument*, o professor da Universidade Livre de Bruxelas, Chaïm Perelman, publica a obra *Traité de l'Argumentation: la Nouvelle Rhétorique*, em que reata com a tradição grega e rompe com a tradição da modernidade cartesiana.

Perelman e Olbrechts-Tyteca afirmam que o orador está implicado no seu discurso, que se apresenta como a manifestação por excelência da sua pessoa:

Por causa da interação constante entre o juízo que se faz do orador e aquele que se faz do seu discurso, quem argumenta expõe constantemente, até certo ponto, o seu prestígio, que cresce ou decresce consoante os efeitos da argumentação. Uma argumentação vergonhosa, fraca ou incoerente, só pode prejudicar o orador, o vigor do raciocínio, a clareza e a nobreza do estilo predisporão, em contrapartida, a seu favor (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1999, p. 364).

Reis (1964) também chama a atenção para o discurso, e afirma que de nada adianta dominar o discurso se a má postura o denuncia. O orador precisa controlar-se diante do auditório, não deve mostrar-se nervoso ou transpirar. “O auditório transforma-se em Medusa ameaçadora e o pobre orador, de olhá-la, petrifica-se de medo” (REIS, 1964, p. 31).

Segundo Polito (1993), o bom orador precisa conquistar a credibilidade do público, portanto, deve se expressar em uma tribuna da mesma forma que se comporta no seu cotidiano: natural, emotivo e entusiasmado pela mensagem que transmite.

No século XXI, os livros sobre oratória mantêm o mesmo perfil de manual de conduta. Cintra recomenda para o êxito do discurso oratório:

Relativamente ao corpo físico do apresentador, podemos destacar quatro elementos de oratória: movimentação, gesticulação, supressão de cacoetes e voz. Antes lembramos que a aparência deve ser bem cuidada, o que inclui trajas adequados à ocasião. E que o apresentador não deve portar objetos ‘pendurados’, tais como chaveiro, celular, etc. (CINTRA, 2007, p. 48).

Polito e Polito apresentam regras ao bom orador:

Evite a falta e o excesso de gesticulação [...] De maneira geral, evite falar com as mãos nos bolsos. Evite também fazer gestos abaixo da linha da cintura ou acima da

cabeça. Procure não deixar as pernas muito abertas, para não tirar a elegância, ou fechadas demais, para não comprometer o equilíbrio. Cuidado para não se apresentar com a cabeça baixa, para não demonstrar excesso de humildade. E também não deixe a cabeça muito levantada, olhando por cima dos ouvintes, para não passar ideia de arrogância (POLITO; POLITO, 2015, p. 54).

Lôbo apresenta uma síntese do orador do século XXI:

Falar bem em público	Conhecimento de si mesmo, do assunto, dos ouvintes; gestos adequados, boa qualidade vocal; transmissão da mensagem com credibilidade, naturalidade e emoção; segurança, domínio e controle das palavras e dos gestos.
Sensações desagradáveis	Ansiedade, medo, temor, inibição, insegurança, gagueira, perturbações circulatórias, respiratórias e vocais; distúrbios de secreção glandular, tremor, falta de ar, tosse, sudorese, taquicardia, desejo de fugir, desamparo; difuso e inexplicável mal-estar.
O orador e sua fala	Exposição do prestígio e da imagem; impossibilidade de dizer tudo o que se propõe; imprevisibilidade dos resultados – o discurso acontece em função de..., a comunicação vai além das palavras: silêncio, atividade, inatividade.
O orador e a busca de reconhecimento	Busca de ser reconhecido pelo outro para constituir-se; necessidade de pertencer, de fazer parte, de existir para o outro; o olhar do outro é que diz quem somos.

Fonte: LÔBO, 2003, p. 92.

A arte oratória, durante alguns séculos, foi uma atividade exercida apenas por homens públicos, religiosos e tribunos. Configura-se na contemporaneidade como atividade exercida por vários profissionais em reuniões de trabalho, defesa de ideias, projetos, relatórios, congressos. O mercado de trabalho necessita de pessoas que tenham êxito na tarefa de se comunicar com o público. A dificuldade de ensinar “o bem falar” alimenta o mercado de livros sobre oratória. Os ensinamentos de Aristóteles em sua *Arte Retórica* sobrevivem no século XXI e auxiliam oradores para a melhora de suas *performances* diante de um auditório cada vez mais heterogêneo.

Amossy (2005) lembra a importância do auditório. O orador deve treinar o seu discurso para bem apresentá-lo, mas convém buscar no auditório a adesão necessária para o êxito da persuasão. Os oradores inspiram confiança quando seus argumentos e conselhos são sábios e razoáveis; argumentam honesta e sinceramente; são solidários e amáveis com seus ouvintes.

## O AUDITÓRIO

Entende-se por auditório alguém, que pode ser um indivíduo, um grupo ou uma multidão, para o qual o orador se dirige. Os auditórios são diferentes pela competência, pelas crenças e pelas emoções de cada um.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (1999) informam que há três tipos de auditórios. O primeiro, constituído por toda a humanidade, ou ao menos pelos seres adultos e normais, é o auditório universal; o segundo, formado no diálogo, unicamente pelo interlocutor a quem se dirige; e o terceiro, constituído pelo próprio sujeito, quando delibera ou figura as razões de seus atos.

O *pathos*, argumento de natureza psicológica, vinculado à afetividade, refere-se ao auditório, ao conjunto de emoções, paixões ou sentimentos que o orador consegue despertar no seu ouvinte.

De acordo com Tringali (1988), uma prática significativa e comunicativa só se efetua na relação entre dois termos interdependentes: o orador e o auditório, o emissor e o receptor da mensagem. Sem um elemento não há o outro. O orador se esforça por influenciar os ouvintes. O auditório determina as diretrizes da elaboração do discurso e, por suas reações, condiciona a execução.

Ainda segundo Tringali (1988), para persuadir o auditório, convencê-lo, comovê-lo, agradá-lo, não basta a posse da técnica oratória, convém conhecer o seu contexto social, ou seja, o orador deve conhecer a condição existencial de seu público, como idade e classe social. Além de conhecer as paixões, o orador precisa, também, entender sua variação através das idades e das classes sociais.

Para Platão, o *pathos* comanda o jogo da linguagem, como também a postura do orador, que só se preocupa com os efeitos e não se incomoda em defender pontos de vista opostos, ou em obter efeitos contraditórios, mas a eloquência só tem sentido se subordinar-se à virtude (*ethos*) do orador.

Afirmam Perelman e Olbrechts-Tyteca: “toda argumentação visa à adesão dos espíritos e [...] pressupõe a existência de um contato intelectual”. [...] “É ao auditório que cabe o papel principal para determinar a qualidade da argumentação e o comportamento dos oradores” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1999, p. 16 e 27).

A expressividade retórica deve objetivar o auditório, ele deve ser o foco central, para que haja predomínio do *pathos*. Assim, o discurso retórico se esforça para despertar emoções com a intenção de captar a benevolência dos ouvintes.

Perelman e Olbrechts-Tyteca afirmam que não se pode conceber o conhecimento do auditório sem o conhecimento dos meios capazes de influenciá-lo,

porque o problema da natureza do auditório é ligado ao de seu condicionamento: “[...] conhecer o auditório é também saber, de um lado, como é possível assegurar seu condicionamento, do outro, qual é, a cada instante do discurso, o condicionamento que foi realizado” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1999, p. 26). Assim, segundo Ferreira (2010), para escolher os recursos capazes de influenciar o auditório, é preciso conhecer as diversas características dos ouvintes, bem como os aspectos socioculturais daqueles a quem se dirige.

## O OUVINTE

Normalmente, o público tem uma receptividade favorável ao desempenho e atuação do orador, porque está na expectativa de ter informações que possam ser úteis no desenvolvimento de suas atividades profissionais ou pessoais. Mas pode acontecer de o orador se deparar com um auditório não tão receptivo e, nesse aspecto, alguns estudiosos da oratória classificam os ouvintes de acordo com sua disposição em relação ao orador e ao tema.

Chinem (s.d.) argumenta que os ouvintes podem ser classificados, quanto ao nível de participação, em motivado ou receptivo, amistoso, hostil, apático ou indiferente e desatento.

No primeiro caso, como o público se interessa pelo assunto, as pessoas vão à apresentação para ouvir com boa vontade o que será transmitido. O amistoso é o público que não coloca resistência ao orador, mas vai depender da qualidade da apresentação. O público será hostil quando se sentir prejudicado ou em relação ao tema, ou ao orador, ou ao ambiente, mas a hostilidade pode ser contornada se o orador encontrar uma maneira conveniente de iniciar para que o público se torne dócil. O comportamento apático ou indiferente ocorre quando as pessoas se dirigem à apresentação sem nenhum interesse pelo assunto, esse tipo de auditório é considerado o mais difícil, pois não se manifesta e não se preocupa se o orador fala ou deixa de falar. O público desatento é diferente do apático porque pode estar interessado, mas, por algum motivo, se distrai ou não consegue se concentrar nas palavras e na linha de raciocínio.

Para que haja sintonia entre o orador e seu auditório, é preciso saber qual é o preparo intelectual predominante dos ouvintes. Se as pessoas possuem nível intelectual médio para baixo, as informações devem ser transmitidas de maneira clara, didática. Se o nível intelectual predominante for médio para cima, o orador poderá apresentar as informações por meio de raciocínios mais abstratos e complexos. Mas sempre é importante analisar com antecedência que tipo de informação



a plateia tem sobre o tema e adaptar a complexidade da matéria à capacidade de entendimento dos ouvintes. De qualquer forma, o orador deve estar preparado para dar meia-volta e mudar a maneira de expor a mensagem, de acordo com o tipo de público que tiver pela frente.

Brown (1961) classifica o auditório em: aquele que concorda, o indiferente, o leigo, o neutro e o crítico.

Os ouvintes que concordam com o orador não se mostram desconfiados, seguem-no em busca do prazer de completar suas próprias ideias. O conteúdo de um discurso dirigido a esse auditório poderá ser emocionante e propagandístico. O auditório concordante é submisso, considera o orador uma autoridade, espera e permite que ele se utilize de declarações de comando.

O auditório indiferente não pode ser comandado, precisa ser estimulado, o orador deve utilizar técnicas de aproximação, deve incitar e despertar o ouvinte.

Quando o auditório não está familiarizado com o assunto – o leigo –, a principal preocupação do orador é tornar a asserção principal estimulante e clara, isso é possível por meio de analogias e ilustrações. Como os componentes desse auditório são estranhos ao tema, portanto não estão afeitos ao assunto, é provável que não se deixem influenciar por um apelo às emoções, nesse caso, é preciso que obtenham informações para que haja a “adesão dos espíritos”.

Se o auditório leigo desconhece, o neutro ainda não se decidiu, porém, esse auditório se compõe de ouvintes cujas mentes estão abertas, e mentes receptivas pedem fatos e opiniões justificados. Ainda as informações cuidadosamente selecionadas impressionam a mente neutra. Assim, a natureza da mente neutra indica que, para ser eficiente, a persuasão deve explorar de modo completo as provas, embora a organização também seja importante. O indivíduo neutro deseja a verdade e esta se apoia na qualidade das provas.

O auditório crítico é o hostil. Constitui-se de ouvintes que examinarão cada prova para verificar-lhe a veracidade, estarão vigilantes aos passos em falso e enxergarão os motivos que o orador não conseguirá ver, pois é fácil duvidar da sinceridade daqueles com quem não concordamos. Para adquirir habilidade natural de lidar com esse tipo de auditório, Brown sugere duas atitudes:

1. O orador deve julgar que o ouvinte tem o direito de seguir a opinião que deseja e que pode estar com a razão, mas será melhor não demonstrar tal ideia no início, pois, admitindo desesperança, dará ao ouvinte todos os motivos para rejeitá-lo. Expressará seu respeito pela crença oposta apenas se, durante o decurso de sua exposição, ficar claro que aquele que o ouve teme uma agressão de sua parte.

2. Adiante-se para a luta esperando a derrota, mas não declare esse ponto de vista – considere que toda derrota é digna, quando o perdedor não se desequilibra; de fato, não é difícil aceitarmos o fracasso, se para este estamos preparados (BROWN, 1961, p. 146-147).

Como a persuasão desta modalidade de auditório é questão de remoção de hostilidade, o orador se esforçará para se unir aos ouvintes e, uma vez que a diferença de opiniões é a causa da separação, investirá o máximo cuidado para concentrar-se nos pontos em que concorda com os presentes. O orador deve modificar-se a fim de modificar o auditório.

Brown ensina que “não é com a força que se persuade um auditório hostil, e sim estabelecendo as condições que lhe permitirão persuadir-se a si mesmo” (BROWN, 1961, p. 147).

Em resumo, independentemente do tipo, o auditório é um elemento essencial na atividade retórica, sem este o discurso retórico não se constitui. Cabe ao auditório o protagonismo dessa interação orador-auditório, pois, conforme explicam Perelman e Olbrechts-Tyteca (1999), o orador tem que se adaptar, continuamente, ao auditório, que determinará a qualidade da argumentação e o comportamento do orador.

## REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. 17. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.
- BROWN, Charles T. *Introdução à Eloquência*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.
- CHINEM, Rivaldo. *Como falar bem em público: um guia rápido, prático e indispensável*. São Paulo: Discovery Publicações, [s.d.].
- CÍCERO. *De Oratore*. Paris: Les Belles Lettres, 1967. 3 v.
- CINTRA, José Carlos Angelo. *Técnica de apresentação: oratória aplicada às apresentações com data-show*. São Carlos, SP: RiMa, 2007.
- CORRÊA, Nereu. *A palavra; uma introdução ao estudo da oratória*. Rio de Janeiro: Lau-des, INL, 1972.
- CUNHA, Tito Cardoso e. *A Nova Retórica de Perelman*. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior Covilhã, 2010.
- FERREIRA, Luiz Antonio. *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. São Paulo: Contexto, 2010.

- LÔBO, Nazildes Santos. *Falar em público: experiências de mal-estar na trajetória profissional contemporânea*. São Paulo: Escuta, 2003.
- MEYER, Michel. *Questões de retórica*. 2. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2007.
- MORAES, Rubens Arantes de. *Curso de prática oratória*. 5. ed. São Paulo: SESI / Departamento Regional de São Paulo / Divisão de Orientação Social, 1963.
- PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação – A nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- REBOUL, Olivier. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- REIS, Antônio de Pádua. *Oratória, liderança e eficiência pessoal – da arte e da técnica*. São Paulo: Atlas, 1964.
- POLITO, Reinaldo. *Técnicas e segredos para falar bem*. São Paulo: IOB – Informações Objetivas Publicações Jurídicas, 1993.
- POLITO, Rachel; POLITO, Reinaldo. *29 minutos para falar bem em público*. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.
- SENGER, Jules. *A arte da oratória*. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1960.
- TRINGALI, Dante. *Introdução à retórica: a retórica como crítica literária*. São Paulo: Duas Cidades, 1988.

