

COMO CONVENCER FALANDO

PARTE 1

RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS QUANTO À AÇÃO ORATÓRIA

Para Principiantes

Os três problemas fundamentais do orador

O orador tem três problemas fundamentais: um probleminha, um problema e um problemão. O probleminha consiste em *ir até a frente e encarar o auditório*; o problema é *falar ao público*. O problemão, o eterno problema, o problema que preocupa principalmente os grandes oradores, está em *parar de falar!*

O *probleminha* poderá ser resolvido da seguinte maneira: deve o orador apresentar-se limpo, cabelos cortados e penteados, barba feita, botões abotoados, gravata bem alinhada, paletó fechado, nada aparecendo nos bolsos, olhar franco de frente para o auditório. A postura para os homens deve ser semi-militar, com os pés ligeiramente afastados, em posição de descanso militar. As senhoras deverão, sempre, ter um dos pés em frente ao outro, como se estivessem equilibrados num arame esticado.

O *problema* será vencido assim: falar *dizendo* alguma coisa. Falar apenas o suficiente. Falar com *conhecimento* do assunto e com *honestidade*. Fazer um exórdio (introdução) para tornar a assistência *atenta, dócil e benévola*.

O *problemão*, o *grande problema*, o *eterno problema* de oradores principiantes e de tribunos tarimbados, o *parar de falar*, tenta-se vencer da seguinte maneira: assim como o rojão tem seu *estouro*, deve o orador, após atingir o clímax do discurso, *resumir* as razões da sua afirmação inicial, *reafirmar* sua Idéia-Mãe e, *se for o caso, reforçar* a Idéia-Mãe apelando para as emoções do auditório. O final deve *impressionar* os ouvintes e precisa ser *vigoroso e persuasivo*.

O principiante sente-se cheio de “mãos”

Observando um orador principiante, notamos que as mãos são sua grande preocupação. O principiante sente-se cheio de mãos. Às vezes, é cômico notar o espanto com que o orador novato olha para as mãos. Parece dizer para si mesmo: “Uai!... Pensei que tinha só duas mãos e agora... de todos os lados surgem ‘mãos’!...”

Muitos, resolvem a situação metendo as mãos nos bolsos, ou escondendo-as atrás das costas, ou apoiando-as sobre algum móvel, ou segurando algum objeto.

De qualquer maneira, sabemos que o problema da utilização das mãos é só um dos aspectos do “probleminha”.

As mãos do principiante ficam cheias de dedos

Como se não bastasse a tortura inicial de ficar o orador principiante cheio de mãos, é com horror que ele verifica que suas mãos ficam cheias de dedos. Olha, então, curiosamente para os dedos e, piscando incrédulo, parece dizer: “Uai!... Pensei que tinha apenas dez dedos...”

Os assistentes não precisam ser grandes observadores para notar isso. Verificam então que o orador, que já não sabe o que fazer com as mãos, procura, a todo custo, descobrir lugares para enfiar os dedos... Enfia-os nos bolsos, no colarinho ou entre os botões da camisa. Às vezes, começa a observar um dos dedos, curiosamente, como se fosse a primeira vez que o visse na vida.

Na realidade, o principiante sente-se mal com as mãos

Como vimos anteriormente, o orador, em seus primeiros contatos com o público, não sabe o que fazer com as mãos. Tem a impressão de que os braços ficam enormes, quase alcançando o chão. As mãos parecem pesar cinquenta quilos e, ou se imobilizam pendidas, como se fossem de chumbo, ou escapam ao domínio consciente do orador. Muitos, apenas para ter o que fazer com as mãos, começam a coçar-se em público e, pelo menos duas vezes, já vi oradores distraidamente proceder a meticulosa limpeza das fossas nasais... perante auditório vivamente interessado e surpreso.

Como a assistência vê o orador

A assistência vê o orador principalmente como *olhos e mãos*.

É impressionante o fascínio que o olhar do orador produz na platéia. Suas mãos, como a batuta do regente de orquestra, dirigem a atenção e as emoções dos presentes.

Na verdade, *todos olham para tudo no orador*, mas os olhos e as mãos são destacados nessa análise meticulosa dos ouvintes. E por todos olharem para *tudo* do orador, é que o mesmo deve cuidar carinhosamente de sua aparência pessoal. Seu porte deve ser ereto, seu olhar franco e amistoso e suas roupas bem arrumadas.

Quando nos lembramos de algum orador que nos impressionou, dificilmente recordamos os pormenores de sua apresentação pessoal. No entanto, quem pode esquecer o olhar e as mãos dos grandes tribunos?

Quem já assistiu a um Júri, sabe que pelo olhar do advogado e pelas suas mãos, consegue transmitir perfeitamente aquilo que deseja.

O principiante, geralmente, faz duas coisas erradas

Exatamente por sentir que a assistência o vê como *olhos e mãos*, o principiante, instintivamente, esconde as mãos e não olha para a assistência.

É comum ouvirmos comunicações verbais ineficientes, sem vida, sem calor. A monotonia do orador cansa e desagrada a assistência. Não importa que as palavras ditas o sejam em português de lei, nem que suas idéias sejam interessantes. A falta do olhar do orador como que deixa ao léu o olhar da platéia. Não olhando a assistência, acaba o orador não sendo olhado por ela. Ao invés de ser o foco da atenção geral, desce para a categoria de simples objeto falante que se contempla de tempos em tempos, sem maior interesse.

Assim agindo, não é de admirar que os principiantes depois fiquem dizendo que sofreram ao falar em público, que falar em público é difícil e é penoso.

Pois, se escondem as mãos e não olham a assistência, como podiam fazer o que naturalmente fazemos em conversa com amigos: comunicar?

A melhor prova de que a assistência vê o orador com *olhos e mãos*, está exatamente na atitude instintiva dos principiantes de esconder olhos e mãos.

A solução do problema das mãos

Para solucionar o problema das mãos, recomendamos que *uma mão segure a outra e a outra segure a uma...*

A posição não deve ser a de quem, de mãos postas, estivesse implorando a clemência do auditório. A mão esquerda deve ficar de palma voltada para cima, bem horizontalmente, como se equilibrasse um copo cheio de água. A mão direita deve agarrar o polegar da mão esquerda entre os dedos indicador e polegar. É muito importante notar que as costas da mão que estiver por cima deve ficar bem horizontal. Se as costas das mãos ficarem verticais em relação ao chão, o gesto parece de imploração.

No começo, a maioria acha forçada a posição. Depois, acostuma-se e passam a agir instintivamente. Da mesma forma, no exército, o sargento ensina que o fuzil deve ser firmemente agarrado com três dedos apenas: médio, indicador e polegar da mão direita. A princípio, os recrutas reclamam, mas, verificando posteriormente que de fato só assim conseguem manejar perfeitamente a arma, passam a agir instintivamente com os três dedos. Técnica e arte é isso mesmo: descobrir o melhor meio de se fazer qualquer coisa e transformar esse meio em hábito.

Outro pormenor importante: os cotovelos devem estar em ângulo reto. Portanto, as mãos ficarão colocadas exatamente na altura do estômago, ou seja, do plexo solar. Há que não deixá-las caídas, pois isso indicará falta de energia do orador. A altura certa, repetimos, é na linha do estômago, do esterno, do plexo solar.

As mãos devem segurar-se mutuamente, firmemente. Não devem mover-se, esfregar-se uma na outra, nem os dedos devem indicar qualquer movimento. Unidas e imóveis, eis a posição certa.

O “ninho dos gestos”

A posição das mãos que recomendamos é chamada de “ninho dos gestos”.

Apenas por colocar as mãos unidas na altura do estômago, não precisa o orador preocupar-se com a gesticulação quando fala. Se quiser gesticular, entretanto, iniciará qualquer gesto no local recomendado por todos os entendidos em gesticulação: o gesto deve partir do centro do corpo do orador. A elegância dos gestos assim feitos agradará imensamente o auditório, sem que os presentes cheguem a perceber em que reside, exatamente, a beleza do gesto.

Nunca se deve gesticular abaixo da linha da cintura. Quem está na posição de “ninho dos gestos”, dificilmente gesticulará abaixo dessa linha. Outro limite para os gestos é a linha horizontal que passa pela raiz dos cabelos. O “ninho dos gestos”, acostumando o orador a manter as mãos na altura do estômago, não o deixa também ultrapassar essa linha.

Não é elegante o gesto em “O” feito com os dedos indicador e polegar. Pois, não sabemos por quê, quem usa o “ninho dos gestos” perde esse costume e passa a gesticular com o polegar e o indicador separados, em “L”.

O hábito provará que o “ninho dos gestos” é suficiente para que o orador, sem querer, gesticule com elegância e eficiência.

O “para-raios das emoções”

O “ninho dos gestos” é chamado também “para-raios das emoções”.

As mãos indicam, claramente, o estado emocional do orador. Mãos trêmulas, mostram nervosismo e enervam a assistência. Mãos encolhidas indicam medo, defesa e insegurança. Mãos hesitantes, hesitação. Mãos escondidas dão ar de mistério, etc.

Com as mãos na posição recomendada, poderá o orador transmitir a impressão de sereno domínio, que tranquilizará os ouvintes e dará segurança a quem está falando. No caso de alguém apartear inesperadamente, o susto natural do que fala não será percebido pelos presentes. Quando ouvir o aparte, o orador apertará firmemente ambas as mãos, recebendo o impacto emocional no “para-raios das emoções”. Deverá fazer isso sem mexer com os cotovelos, para que o gesto de defesa não seja notado pela assistência.

À medida que se fala, e também toda vez que se sinta nervoso, as mãos devem apertar uma à outra, o que proporcionará um perfeito domínio emocional

A posição da cabeça é muito importante

Desde Cícero, o grande orador e advogado romano, que a posição da cabeça do orador merece atenção especial. O que fala deve ter a cabeça firme sobre os ombros, queixo ligeiramente encolhido, de modo a encarar o auditório de frente, francamente.

A cabeça caída para a frente, com o queixo apoiado no peito, dá ideia de humildade exagerada, medo ou timidez.

A cabeça caída para trás, com o queixo apontando agressivamente para os assistentes, dá impressão de insolência e de desprezo pelos ouvintes.

Sabendo disso, o orador pode, ao descrever a insolência de algum personagem, imitá-lo apenas apontando o queixo para o auditório. Da mesma forma, quando quiser indicar que alguém falou sem energia, ou molemente, penderá a cabeça para o lado ao reproduzir as palavras desse alguém. Finalmente, para incutir medo no auditório ou sugerir prudência ao examinar algum caso, ou então para fingir ser algum personagem tímido, deve o orador deixar a cabeça pender para a frente, procurando encostar o queixo no peito.

A divisão áurea da figura humana

A posição das mãos que recomendamos em nosso curso de comunicação oral tem a grande vantagem de dividir a figura humana em média e extrema razão, ou seja, faz a divisão áurea da altura do orador.

As mãos do orador que adota a posição recomendada dividem o corpo humano em duas partes: dos pés até as mãos (segmento maior) e das mãos até os cabelos (segmento menor). Se quisermos verificar, basta dividir a altura do orador pela distância das mãos ao chão e veremos que o resultado é igual ao quociente da distância do chão às mãos, dividida pela distância das mãos até os cabelos.

Apenas por curiosidade, quando quisermos conseguir a divisão áurea de qualquer segmento, basta multiplicar o comprimento total por zero vírgula seis-

centos e dezenove (0,619), e teremos o segmento maior. Com esse numerozinho mágico, podemos dividir elegantemente qualquer comprimento.

Não há dúvida de que a figura humana, assim dividida, apresenta-se em seu aspecto mais favorável e belo.

O orador deve falar com os olhos!

O orador deve *falar* com os olhos.

O meio mais instantâneo de comunicação é o olhar. Antes que falem os lábios, já os olhos disseram alguma coisa. Muitas vezes, na vida cotidiana vamos dizer algo e nos arrependemos. O arrependimento, frequentemente, é tardio: já falaram os olhos e nada mais podemos fazer. Há olhares de alegria e tristeza, de cólera ou de amor, de aprovação ou censura, de espanto ou interrogação. Falam os olhos com eloquência genuína exatamente pela sinceridade forçada do olhar. Sinceridade forçada sim, pois o olhar é o espelho da alma do orador.

A primeira coisa que o orador deve fazer ao se dirigir ao público é, exatamente, olhá-lo. Encarar o auditório é o primeiro ato de comunicação com os ouvintes. E esse olhar deve dizer, logo de início, o seguinte:

- Sinto-me feliz por estar na companhia dos senhores!...

O auditório acompanha o olhar do orador

Para onde olhar o orador, para aí estará, dentro em breve, olhando todo o auditório. Se o orador olhar para o chão, não se espante se os ouvintes começarem a fixar o mesmo ponto. Alguns poderão chegar a levantar-se do lugar para melhor ver o que o orador parece contemplar com tanto interesse.

É que o instinto de imitação é muito forte, e a relação orador-assistência aumenta-o ainda mais.

Assim, falando numa sala, se o orador olhar para uma das janelas, acabará fazendo com que todos os presentes a olhem também. Olhando para a porta do recinto, fará com que o olhar dos espectadores a encarem. Por isso, não é indiferente o modo e o lugar para onde olhar o orador. Caso encare na assistência apenas uma pessoa, esta será olhada curiosamente por todos. Eis por que recomendamos sempre: “Cuidado para onde olham quando falam! Todos notam o que está atraindo a atenção do orador!...”

O que atrai o olhar do orador, desperta a atenção geral

Parece que o limite máximo de concentração voluntária de atenção por parte do homem médio, não vai além de dez minutos. Essa atenção dos ouvintes deve ser, portanto, de tempos em tempos, atraída pelo orador. Ou melhor, deve ser reconquistada. O olhar exerce função quase hipnótica nos ouvintes e é meio excelente de não deixá-lo desviar-se das palavras proferidas.

Eis por que o orador, especialmente se é professor, não deve olhar muito para algum ponto determinado do ambiente. Isso levará o olhar dos presentes a fixar esse ponto e ... adeus atenção!

Certos professores olham muito para o quadro-negro onde escreveram parte da aula. Isso faz com que os alunos, ao invés de fixarem o professor, passam a examinar o que foi escrito. E quem garante que estão acompanhando a aula? Poderão estar notando alguma peculiaridade gráfica, algum borrãozinho, ou mesmo

tentando decifrar o que foi anteriormente escrito no mesmo lugar e que ainda dá para se perceber...

Escreva na lousa, sim, mas quando for apontar alguma coisa nela, fique de frente para o auditório e encare-o quando falar sobre aquilo!

Os olhos são as janelas da alma

Nossos olhos são como janelas de onde a alma contempla o mundo. Quem passar pode, olhando para a janela, saber o estado de alma daquela que nela se debruça.

Os namorados são os “comunicadores intuitivos” e usam para suas transmissões em ondas curtas a poderosa frequência do “olhar modulado”. As poesias repetem constantemente o que esta quadrinha expressa tão singelamente:

Se bem olhas os meus olhos,
Quando eu olho para os teus,
Não sei como não entendes
O que te digo nos meus!

*

Os óculos escondem o verdadeiro estado da alma

Diante de tudo que se disse, fácil se torna entender por que é condenável o uso de óculos pelo orador, principalmente se esses óculos forem escuros.

O interlocutor, no caso de conversação particular, dificilmente conseguirá sondar o verdadeiro estado de alma daquele com quem fala, se este estiver de óculos escuros. Tanto assim que as pessoas inseguras de si procuram nos óculos escuros proteção para sua insegurança. Escondem, dessa forma, sua alma.

É muito difícil acreditarmos em pessoas cujos olhos não podemos ver. Os mentirosos, geralmente, desviam o olhar quando contam suas lorotas. Apenas os criminosos empedernidos têm o olhar treinado para mentir, encarando sua vítima. Não constituem, graças a Deus, a regra geral.

A assistência, quando escuta, quer a ALMA do orador. Quem não quiser entregar sua alma aos ouvintes, jamais fale em público. Se o fizer, não se espante caso não consiga sucesso. Se como ouvinte exige a alma dos oradores e procura lê-la nos olhos do que escuta, não é de justiça que quando falar dê-se inteirinho aos assistentes?

O orador, de certa forma, é o namorado. A assistência é a namorada. O namorado deve olhar, constantemente, para a namorada. Seu olhar deve ser como o do hipnotizador, procurando sua alma, entregando a sua também. ISSO é comum e ISSO é comunicação genuína.

Se o orador não oferecer primeiro sua alma num olhar honesto e franco, jamais conseguirá de volta a alma dos seus ouvintes, pois, como já disse São Francisco de Assis, “é dando que se recebe...”

O discurso lido é sem graça, por falta do olhar do orador

O discurso lido em público, geralmente cansa o auditório e fá-lo perder o interesse pelas palavras do orador. Por quê? Porque o orador costuma *não olhar* a assistência, tão-somente.

Recomendamos em frase aparentemente contraditória que:

“Para se ler um discurso em público,
não devemos *ler o discurso em público!*”

Isso quer dizer que o orador deve conhecer muito bem o texto que vai ler e, toda vez que abrir a boca para falar, deve estar olhando para a assistência. Baixa os olhos para o papel e lê silenciosamente, procurando guardar muito bem a frase. Depois, levanta os olhos, encara a plateia e *diz* em voz alta, o que leu antes. Naturalmente, para poder agir assim, deve mesmo conhecer muito bem o texto.

Há pessoas que são verdadeiros artistas para ler em público. Todos ouvem com agrado e satisfação sua leitura. Mas observem que essas pessoas nunca abrem os lábios enquanto estão olhando para o papel. Eles sabem que *o orador fala com os olhos!*

Devemos olhar a todos os presentes

Sabemos que o orador deve olhar, encarar, fitar a assistência. Mas... a assistência não é um todo com um par de olhos apenas. Como Argos, da lenda grega, é um monstro com cinquenta pares de olhos (Argos Panoptes, o monstro de cem olhos, era o fiel servo de Hera. Era ele quem cumpria as ordens de Hera liquidando quem ela determinasse. Foi ele quem liquidou Equidna, o monstro de natureza terrível que devorava viajantes inocentes, enquanto ela dormia. Também foi ele quem vigiava com seus cem olhos, que nunca dormiam, Io - a amante de Zeus, que foi transformada em novilha. Recomendado por Zeus - o marido de Hera, Hermes fez Argos Panoptes dormir e matou-o. Quando Argos morreu, Hera o transformou de monstro a um lindo e exuberante pavão real, com suas penas marcadas pelos olhos de Argos Panoptes, em reconhecimento por suas grandes tarefas cumpridas.). Como, então olhar a *todos* os pares de olhos da assistência?

Sendo composta de pessoas humanas, cada qual com seu par de olhos, como fará o orador para encará-las todas? Sabe o orador que qualquer pessoa que não for olhada pelo orador, pelo professor, pelo conferencista, ficará ressentida, magoada, hostil.

Quem já assistiu a palestras e não “ganhou” nenhum olhar do orador, lembra-se bem do sentimento de frustração que sentiu. O ouvinte clama pelo olhar do orador. E o orador só tem um par de olhos para olhar todo mundo...

É aqui que entra a técnica ou a *arte de olhar a todos os presentes*. E não há mistério algum nisso. É pura questão de bom senso, como, aliás, tudo em Oratória.

A finalidade suprema é dar a cada um dos presentes a certeza de que o orador está lhe falando pessoalmente e não ao grupo todo. Como ouvintes, gostamos do orador que parece dirigir-se pessoalmente a nós, embora fale a todos. Como orador, devemos pagar na mesma moeda: dar a impressão de que falamos a cada qual em particular.

Técnica para olhar a todos os presentes

Para facilitar a oradores novatos, e aos tarimbados também, a importante tarefa de *olhar a todos os presentes*, criamos um gráfico.

Quando o orador encarar a assistência, deve dividi-la mentalmente em quatro partes (1, 2, 3 e 4). Começará falando para o número (1), olhando apenas os que lá estiverem localizados. Em seguida, correrá o olhar e continuará falando aos que estão em (2).

Com toda a naturalidade, deverá descer o olhar até o número (3) e, após falar alguns instantes a eles, encarará os do número (4).

Não é necessário dizer que ao chegar em (4), após ter falado a eles, por breve espaço de tempo, deverá voltar a dirigir-se aos do número (1) e repetir o processo anterior.

Durante todo o seu discurso, deve o orador falar ao (1), ao (2), ao (3) e ao (4). Chegando em (4), como na música, “da capo”.

No gráfico foram destacados os ouvintes que se sentam na primeira fileira, nas extremidades. As bolinhas pretas ali significam os “desprotegidos do olhar do orador”. Como o raio visual do que fala pode alcançar no máximo sessenta graus (60°), é natural que os que se sentam nas extremidades, frequentemente fiquem esquecidos.

Por isso mesmo devem os oradores, de vez em quando, fixar diretamente os que se encontram nos pontos pretos indicados no gráfico.

Ao olhar o auditório, devemos encarar a última fileira.

Os professores, mais que ninguém, sabem que todas as “folias” em aula, quase sempre se localizam na última fileira de alunos.

Por quê?

A razão disso está em quanto se disse anteriormente. Os alunos da última fileira, quase sempre, não são olhados pelo professor como os das primeiras. Sentindo-se, então, desprezados, aproveitam a oportunidade para se comunicarem entre si e ... começa a brincadeira!

A última fileira de assistentes deve merecer toda a atenção do orador. Se o orador falar *apenas* à última fileira, estará falando a toda a plateia. Se falar *apenas* à primeira fileira, falará apenas ... à primeira fileira!

Além do mais, a última fileira é que vai comandar a altura da voz do orador. Enquanto os últimos colocados não escutarem com nitidez cada sílaba do orador, este não estará falando a todos os presentes. E o orador deve *olhar* para *todos* e *falar* para *todos*.

Às vezes, uma pessoa fica colocada no último lugar da plateia. Este que assim se posta é chamado de *rei do auditório*. Ele deverá merecer atenção especial do orador. Ele será o que comandará a altura e o tom da voz do orador. Pois, se ele, Sua Majestade, estiver ouvindo bem, merecendo a atenção do orador, *todos* estarão.

Atenção, portanto, para a última fileira e, nesta, para o *rei do auditório!*

Como olhar o assistente que nos intimida

Olhar bem nos olhos uma pessoa não é tão fácil como parece. Frequentemente, o assistente nos intimida, ou por ter olhar penetrante demais, ou por ser pessoa importante, ou ainda por ter ar crítico e zombeteiro.

Mas ... há que olhar para todos e ... nos olhos! *Como* fazer? Muito simples: quando se diz “olhar nos olhos” queremos na realidade dizer – “o outro deve sentir que está sendo olhado nos olhos.

Podemos fazer uma pessoa sentir-se olhada nos olhos sem que nós olhe-mos para seus olhos. Basta encararmos a raiz de seus cabelos. Outro sistema que também dá resultados é o de encarar apenas *um* dos olhos do outro. Se fixarmos nosso olhar apenas no olho direito, ou no olho esquerdo do nosso oponente, será bem mais fácil para nós sustentarmos seu olhar. E o engraçado é que ficará mais difícil para o outro aguentar nosso olhar fixo...

De forma que a técnica nos ensina que podemos encarar qualquer pessoa no auditório, ainda aqueles que nos intimidam.

O olho de Çiva

Os hindus têm três deuses que representam: o princípio criador (Brama); o princípio conservador (Vishnu) e o princípio da destruição que é Çiva ou Xiva.

O princípio representado por Çiva, na realidade, é contraditório, pois representa a Geração e a Destruição. Este deus hindu teve dois filhos, um representando a inteligência, e o outro, a guerra.

O que nós chamamos “olho de Çiva” é a região que fica entre os olhos, um pouquinho mais acima. Mais ou menos o lugar onde as moças hindus suspendem um rubi, como enfeite.

Acreditam os hindus que toda nossa força espiritual, para destruir ou gerar poder mental, está aí localizada. Nós diríamos que aí reside nosso poder de comunicação. O ideal, para o comunicador, é fixar bem firmemente esse ponto quando falar ao seu interlocutor.

Geralmente, os grandes oradores têm essa região muito expressiva, sendo esse o ponto que atrai o olhar dos demais. Dizemos então que a pessoa tem olhar forte.

Nosso Antônio Conselheiro, o chefe dos sertões, conseguia quase hipnotizar a assistência fixando-a poderosamente com os olhos arregalados, e do seu olho de Çiva parecia emanar um poder extraordinário.

De qualquer forma, não fará mal que o estudante de Oratória procure observar por si próprio essa região do corpo humano. Poderá fazer isso ao espelho ou então em outras pessoas. A única recomendação será: cuidado para não se auto-hipnotizar ao espelho ou hipnotizar algum inocente amigo...

*

PARTE 2

ALGUMAS CAUSAS DE INIBIÇÃO E TIMIDEZ

E COMO ELIMINÁ-LAS

VONTADE FROUXA

Não há dúvida de que a principal causa da timidez seja a vontade frouxa.

Os homens de vontade forte sempre *enfrentam situações*, e talvez aí resida o segredo de não serem tímidos. A experiência anterior lhes serve de suporte para as ações posteriores.

Na verdade, só reagimos emotivamente quando *não sabemos o que fazer*. Quem tem vontade forte, aprende *antes* exatamente o que fazer, ou então enfrenta situações e aprende *fazendo*.

Você poderá estar pensando: Muito bem, meu problema é mesmo vontade frouxa. E daí? Que é que se pode fazer, então? A resposta é mais simples do que poderia, à primeira vista parecer: só há uma cura para a vontade frouxa e esta é *desenvolver a energia!*

(...)

A vontade é filha do Amor.

Conforme você amar, assim será sua vontade.

Se você amar a si mesmo, apenas estará no nível dos animais. Sua vontade só atuará no campo do ganhar o pão, do reproduzir-se e defender-se de ataques.

O homem, entretanto, tem o destino de amar mais. Ama sua Família, seus compatriotas, a humanidade. Ama uma ideia ou se sacrifica por um ideal. Poderá superar-se a si mesmo, chegando a amar aos seus inimigos!

E conforme amar, assim será a Vontade do Homem.

Se você amar frouxamente, sua vontade é frouxa.

Mas ame com fé, com vigor, com potência e sua vontade será firme, vigorosa e potente!

Repetindo Santo Agostinho: Ame e faça o que quiser...

Porque você fará, mesmo, *o que quiser*.

Dizem que *querer é poder*.

Dizemos: Amar é querer, portanto, *Amar é Poder!*

(...)

Como receita final para os de vontade frouxa, fica aqui a recomendação: aprendam a amar, ou seja, a sacrificar-se por algo exterior às suas pessoas e terão uma vontade invencível.

Tão invencível quanto a grandeza do Amor que sentirem.

Que o metro do amor, diga-se de passagem, é a maior ou menor capacidade de sacrifício, ou seja, de “*desegoísmo*”. Tanto assim que na Bíblia está: “E ninguém amou mais que aquele que deu a *Vida* pelo seu amigo!”

*

AMOR-PRÓPRIO EXCESSIVO

O amor-próprio excessivo é grande causa de timidez oratória. Muita gente não fala em público; não defende ideias sadias e salutares, única e exclusivamente por excesso de amor-próprio.

Isso quererá dizer que o amor-próprio seja um mal?

De maneira alguma: o amor-próprio é a origem e a semente de todos os amores. Quem não se amar primeiro, não poderá amar seu próximo.

(...) O seu exagero é altamente pernicioso, pois impede o homem de agir. As sete causas de timidez têm sempre este ponto em comum: impedir ou embarçar a ação. Pois o amor-próprio excessivo é dos freios mais terríveis para a ação.

A pessoa que se ama demais não quer correr o risco de enfrentar um público, por temor de se expor. E se ele, ao abrir a boca, demonstrar insegurança e falta de preparação? E se gaguejar, hesitar, ou não conseguir seu objetivo com o discurso? Sentirá seu amor-próprio ferido. Como fazer então?

(...) Como se cura esse insidioso exagero do amor-próprio?

Simplesmente com a humildade cristã.

Que é a humildade cristã?

É, em primeiro lugar, o reconhecimento de nossa fraqueza, de nossa pequenez, de nossas limitações e de nossas imperfeições. E, ao mesmo tempo, um não-conformismo com isso.

(...) Significa que o orador não se omite, ainda que correndo riscos. Significa desejo de cooperar, de trazer sua parte, de enfrentar a situação, sem pretensões ridículas e sem fugas medrosas.

Na realidade, a humildade cristã é a fonte da verdadeira e genuína coragem: conhecer suas limitações e, assim mesmo, não se omitir!

Para o amor-próprio excessivo, portanto, um só remédio: Humildade cristã.

Que é uma humildade sem rebaixamento e um confiança sem presunção.

*

TEMOR DE NÃO AGRADAR

O temor de não agradar é responsável por mais de um orador incubado. Qual a causa e a origem do temor de não agradar? Quase sempre os pais são os responsáveis por ele. O excesso de críticas gera uma falta de confiança crônica e, conseqüentemente, o medo de agir, por temor de não agradar.

O temor de não agradar não é propriamente causa de timidez. É motivo de coisa mais grave ainda: inibição parcial ou total. A inibição é pior que a timidez, pois o tímido pode tentar alguma coisa e desistir ou ser ineficiente. Não é assim o inibido: este já nem tenta. Quando então a inibição acontece no meio de um discurso, é muito lamentável, quer para o orador, quer para a assistência. O comunicador que sentir, de repente, o temor de não agradar, fica simplesmente paralisado. Não consegue mais falar nada, e constrange terrivelmente o auditório. Qualquer ajuda que se quiser prestar ao orador, nessas circunstâncias, apenas agrava o mal. O certo, se isso acontecer quando somos ouvintes, é puxar conversa com o vizinho, em voz alta, e fingir que o centro do interesse não mais se radica no que falava. Se nós formos a vítima da inibição, o melhor é desistir francamente de prosseguir, ou, se possível, mudar de assunto. Se pudermos passar a palavra a alguém do auditório, será a melhor coisa a fazer. Alguém estará naquele momento, mais que disposto a ocupar o lugar do inibido.

A cura para o temor de não agradar reside apenas no *cultivo da personalidade*. Vejamos como se pode vencer essa causa de inibição.

Em primeiro lugar, o que causa essa inibição é o temor de não agradar. E como nasce o temor de não agradar? Quando outros ou nós mesmos nos impomos um padrão de comportamento acima de nossas forças, sentiremos, fatalmente, o temor de não agradar. Naturalmente não estamos querendo dizer que nunca devemos procurar ultrapassar nossa capacidade. O desejo de melhorar é natural e quem se satisfaz com o que já possui em dons ou habilidades, marcará passo. Mas, em público, não devemos querer ir além das sandálias, se formos sapateiros. O sapateiro também pode brilhar, como na historieta de Apeles (Pintor grego, viveu na Jônia no século IV a.C. Apeles, considerado um dos mais importantes pintores da Antiguidade. Diz a lenda que Apeles tinha o hábito de expor seus quadros ao público e se escondia para ouvir os comentários que faziam. Certo dia expôs uma bela figura feminina. A modista da aldeia observou o quadro e comentou sobre o vestido. Em seguida, veio o cabeleireiro, que também fez observações. Por último veio o sapateiro que ficou estupefato com a pintura, mas disse que colocaria uma fivela no sapato. Apeles, que anotava tudo, embrulhou o quadro e o levou para fazer os retoques. No dia seguinte, voltou a expor o quadro. A modista e o cabeleireiro ao verem a pintura ficaram maravilhados. Quando o sapateiro chegou, ao olhar o quadro, comentou: “Os sapatos ficaram ótimos, mas o vestido...” Ao ouvir o comentário, Apeles ficou enfurecido e interrompendo o sapateiro, gritou: “Não vás além dos sapatos”, que originou a máxima latina “Ne sutor ultra crepidam judicaret” (Não deve o sapateiro julgar além da sandália), o que nos alerta sobre a necessidade da consciência que devemos ter sobre os nossos limites.), mas não deve querer bancar o pintor apenas por entender bem de sapatos.

(...)

Muita gente levanta-se para falar em público, especialmente na primeira vez, e quer já começar por onde Rui Barbosa terminou: fazendo uma obra-prima como a “Oração aos Moços”... Evidentemente, isso não é possível, é claro. Mas talvez a principal coisa resida no fato de a pessoa sentir-se olhada e apontada por todos os dedos, como aquele que não consegue igualar Rui.

(...)

Como corrigir isso?

Já dissemos que é *cultivando a personalidade*:

A nossa alma revela-se através daquilo que somos. *Personalidade é tudo aquilo que somos e temos e não podemos transmitir a ninguém.*

(...) Por que temermos ser aquilo que somos? Que nos importa a opinião dos outros, desde que estejamos fazendo algo de moralmente certo e útil?

(...) Portanto, para termos mais personalidade, devemos antes de mais nada, termos a coragem de ser exatamente como somos.

Resta ainda mais uma coisinha para a meditação dos estudiosos da ação oratória: mostrar como podemos, por uma simples técnica, conseguir isso. Pois não basta dizer *o que fazer*. A maioria dos livros sobre Oratória fica no *o que fazer*. Todos nós sabemos o que fazer. O que precisamos é dos conselhos dos que têm experiência e nos ajudem a saber *como fazer* o que devemos e queremos.

Vejamos então como vencer.

Em primeiro lugar, devemos render homenagem ao modo de pensar ou de sentir dos demais presentes. Mas esse respeito pela opinião alheia não irá impedir que nós demonstremos *nosso* modo de ver o problema. Assim como respeitamos os demais, pedimos, como justiça, que nos deem o mesmo tratamento.

Em segundo lugar, não devemos ocultar nossos defeitos de dicção, nem procurar lutar contra certos cacoetes. A hora de fazer isso é em casa, sozinhos, durante horas e horas, dias e dias. Mas não em público... A verdade é que todos gostam de notar diferenças nos outros e ser igual a todo mundo, nunca foi marca de distinção para ninguém.

(...) E aqui cabe, exatamente, uma última recomendação para o desenvolvimento da personalidade: Nunca imitem! Tenham a coragem de ser o que são!

A primeira qualidade do orador (ou oradora...) é ter a alma masculina. Na relação orador-assistência que estudaremos mais adiante, veremos que o orador (ou oradora) é o macho, e o auditório, a fêmea. O polo positivo é o que fala, o negativo, o que escuta. Pois o orador deve ser positivo. Deve dele emanar o poder criador. Quem imita está sendo feminino.

(...) A personalidade é tão importante que mesmo nossos defeitos, não escondidos ou velados, constituem-se em vantagens.

Seja o que você é. Assim, nunca o temor de não agradar poderá inibi-lo jamais.

*

PREGUIÇA MENTAL

Na hora de enfrentar um público e falar, nós não iremos dizer palavras. Vamos, simplesmente, *pensar em voz alta* para todos. Isso, evidentemente, quer dizer que devemos saber pensar e fazê-lo com habilidade. Mas para saber pensar é necessário que, antes, tenhamos o hábito de pensar.

A maioria das pessoas não tem o costume de pensar. Devaneiam somente. Isso será mais desenvolvido na parte referente à Ideia-Mãe de um discurso, onde diremos que “muita gente pensa que está pensando mas não está pensando exatamente porque pensa que está pensando”. Ao devaneio opõe-se a Meditação. Nós meditamos quando nem pensamos que estamos pensando, pois estamos pensando....

Pensar é trabalho árduo. Não é para criancinhas. As crianças têm de ser treinadas para a arte do pensamento, da mesma forma que precisam ser ensinadas a tomar banho, vestir-se ou desenhar. Assim como há uma preguiça para cortar lenha, ou praticar esportes, mudar a mobília da casa ou andar seis quilômetros a pé – também existe uma preguiça de pensar. A isso chamamos preguiça mental, aliás, o pior tipo de preguiça possível e imaginável.

(...)

Chamo de halterofilismo mental, o treinamento que fazemos da arte de pensar, lendo livros que nos obriguem a seguir, passo a passo, o raciocínio do autor. Há livrinhos água-com-açúcar, que nada de bom nos trazem para o objetivo ora visado. Esses podem ser perigosos como as guloseimas de que muita gente se empanturra. Ler, como já disse um pensador, pode, às vezes, não passar de dissipação mental. Há que ler assuntos sérios mais difíceis, e sempre ter à mão e sob os

olhos e sob nossa atenção mental, livros que sejam um pouco mais elevados que o nível onde já nos encontramos. Todo garoto esperto e adiantado na escola tem o costume de manusear os livros dos alunos mais adiantados. Esse esforço mental para decifrar coisas acima do nosso alcance é que constitui o Exercício Mental, da mesma forma que o levantador de pesos começa com halteres leves, mas sempre está tentando aumentar sua capacidade de erguer pesos e mesmo de manejá-los sem derrubá-los. A mesma coisa para o halterofilismo mental!

O orador que ainda não descobriu a causa de sua timidez ao enfrentar públicos, pense se por acaso não será a Preguiça Mental a causa...

*

O VÍCIO SAGRADO

(...)

A vida intelectual e mental precisa ser cultivada constantemente, senão o cérebro logo se acostuma a seguir as mesmas e batidas trilhas e nós decaímos para a rotina mental. A leitura de boas obras é o único meio de conservar nossa juventude do espírito. Quem não lê, envelhece logo, e logo passa a repetir o estribilho dos ultrapassados: No meu tempo não era assim... Quem está sempre lendo é jovem que se sente à vontade em qualquer ambiente, embora tenha ultrapassado os setenta. Ou melhor: sentem-se bem em qualquer companhia, menos na de velhos, ainda que esses velhos tenham vinte e poucos anos...

Antigamente dizia-se: “Ars longa, vita brevis” e esse foi o estribilho que marcou os poetas românticos. Mas não é verdade. Os intelectuais vivem mais que os que não usam a mente. A longevidade do corpo é consequência natural da juventude do espírito. (**Vita brevis, ars longa.** Traduzido do latim ao português: *A vida é curta, a arte é longa.* É uma citação latina que tem sua origem nos escritos do arquiteto e médico grego Hipócrates mas que foi popularizada pelo poeta romano Sêneca.)

Os pensadores, os mestres do espírito alcançam, lúcidos, idade respeitável.

Essas pessoas todas vivem lendo, estudando, meditando.

Concluimos recomendando, por nossa vez, aos moços, que contraiam, o quanto antes, *o vício sagrado*: a leitura diuturna.

HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

(...)

Este é meu testemunho pessoal da importância de não lermos apenas o que é fácil e gostoso de ler.

(...)

Nossa civilização atual está tendendo, perigosamente, para a preguiça mental. Ninguém mais parece ter capacidade de construir sentenças ou frases que ultrapassem dez palavras. E quase ninguém parece suficientemente interessado em apreender o sentido de períodos que tenham mais de duas coordenações ou subordinadas...

(...)

O mal essencial das histórias em quadrinhos é cooperar para a preguiça mental, evitando aos leitores (?) o trabalho de usar a cabeça. Traem, com isso, a Lei do Esforço.

Na verdade, o esforço é a própria lei da vida.

(...)

Quanto mais obstáculos tivermos de vencer, mais nos preparamos para planos superiores.

*

Consciência de algum erro ou engano

(...)

Quando estamos discorrendo e cometemos algum engano ou nos esquecemos de algo ou nos atrapalhamos numa palavra ou na construção de uma frase, passamos a ter *consciência de algum erro ou engano*. E isso é muito bom, pois o orador que não tiver essa consciência agirá como os embriagados que ousam apresentar-se em público: perdem o senso de autocritica e do ridículo!

A primeira recomendação que damos é a seguinte: *nunca se desculpem!* Geralmente os presentes só notam nossos deslizes quando, para eles, lhes chamamos a atenção. Uma vez cometido um erro ou engano, devemos prosseguir e, se possível, logo depois repetir a coisa de maneira certa e tornar a repetir. Se alguém notou o erro anterior, julgará facilmente que isso foi lapso natural e estará fazendo justiça: foi mesmo!

O desculpar-se de enganar pode ter efeitos desastrosos.

Um cidadão foi convidado para jantar de gala, com hora marcada. Atrassou-se dez minutos. Quando chegou, embaraçado e confuso, os presentes já estavam todos sentados. Balbuciando desculpas, notou que no centro da mesa havia uma grande e apetitosa galinha e o único lugar vago estava exatamente em frente à ave. Para tentar deixar todo mundo à vontade, riu e exclamou: “Ora, ora! Vou sentar-me mesmo ao lado da galinha!”

Os presentes se imobilizaram, horrorizados. Acontece que a única senhora presente ocupava o lugar ao lado da cadeira vazia... Quando o nosso amigo notou a gafe, agiu da maneira que não recomendamos: quis desculpar-se.

E, vermelho apontado a travessa, quase grita aos presentes: “Eu referia-me à da mesa! Era a da mesa a que me referia!”

Como veem... pior a emenda do que o soneto!

Não se desculpem nunca, quando estiverem em público!

(...) O orador é, antes de mais nada, homem de ação!

Finalizamos repetindo: no caso de *consciência de algum erro ou engano*, *não se desculpem!* Mudem de assunto, passem a outro programa, deem pouca importância ao fato e prossigam velozmente o discurso!

*

PARTE 3

COMO COMPOR UM DISCURSO

INTRODUÇÃO

A arte de falar em público

Quando se fala em público, não se pode deixar que as palavras nasçam e vivam ao seu bel-prazer; elas devem ser ordenadas, dispostas dentro do discurso, de tal maneira que, combinadas entre si, ofereçam um conjunto agradável e convincente.

O orador, o conferencista, o professor, os deputados, todos os profissionais que têm de se dirigir a um auditório, têm a necessidade fundamental de conhecer este problema. Os riscos de um discurso, de uma aula, de uma conferência desordenada, são tão grandes que podem pôr em sério prejuízo não apenas o prestígio do orador, mas também a própria mensagem que ele pretende transmitir.

Para que as comunicações orais sejam feitas dentro de uma certa lógica e envoltas pela coerência das palavras e das ideias, é necessário *ordem*. Não a ordem fria da serena beleza da Matemática, mas lógica viva das palavras, que comunica, persuade e convence.

*

COMO ORDENAR UM DISCURSO AS QUATRO PARTES DO DISCURSO

Aristóteles e o bom senso.

Em que consiste, na realidade, todo e qualquer discurso?

Aristóteles, com seu reconhecido bom senso, diz serem duas as partes lógicas do discurso. Prestando bastante atenção a esta divisão em duas partes, praticamente não precisaremos aprender mais nada com referência à *ordem* do discurso. Tudo nasce aqui. Daqui partem todas as outras divisões e subdivisões ideadas pelos retóricos de todos os tempos. As duas partes indicadas pelo bom senso são: *afirmação* e a *prova* de ser essa afirmação verdadeira.

Não vemos como fazer discurso, seja ele qual for, sem essas duas partes. No entanto, quantas pessoas, mesmo dotadas de talento e cultura, desagradam ao falar, ou não conseguem o objetivo visado, apenas por não fazerem uma *afirmação* clara, nem *provarem* posteriormente, ser ela verdadeira!

Portanto, o discurso é em essência: AFIRMAÇÃO + PROVA.

*

AFIRMAÇÃO E PROVA

O esquema parece muito evidente. Mas frequentemente é descuidado por quem fala em público, ou mesmo em diálogo comum. Não pode haver comunicação oral, se não contiver o discurso estas duas partes bem distintas. Caso contrário, tudo se transformará em palavreado vazio.

É preciso partir deste sólido fundamento aristotélico: não basta dizer o que pretendemos. É preciso que fundamentemos nosso ponto de vista. Não basta dizer que isto é assim ou assado, necessário é dizer POR QUE isto é assim ou assado.

Se digo que Camões foi grande poeta, devo logo em seguida DEMONSTRAR isso com exemplos que suportem, sustentem minha AFIRMAÇÃO. Quando afirmar em público que o Brasil é o País do Presente, devo, em seguida, demonstrar isso, não apenas com citação de todas as nossas vitórias nos mais variados campos desportivos, mas ainda no setor comercial e industrial em termos in-

ternacionais. Citar a Transamazônica e a Prodoeste completariam o alicerce de nossa afirmação: “O Brasil é o País do Presente!”

Na verdade, apenas estas duas coisas bastam para que ninguém faça feio falando em público: afirmem alguma coisa e, em seguida, digam por que motivo pensam assim. O auditório poderá concordar, ou não, não importa. Ninguém dirá, entretanto, que não houve discurso...

Não custa acompanharmos o velho Mestre Aristóteles, quando dá mais um passinho à frente e diz que, além disso, o discurso deve ter *começo* e *fim*.

Este acréscimo foi feito para que não se perca de vista o *auditório*.

Precisamos, antes de entrar no discurso, preparar os ouvintes para receberem nossa ideia e concordarem com as razões a serem expostas. É a parte chamada *exórdio*.

No final, devemos terminar nossas palavras repetindo as razões expostas e *impressionando* o auditório com a força de nossa convicção. É a parte chamada *peroração*.

O Manuel e o Joaquim

Lembramos, a propósito da composição do discurso, a história do Manuel, quando explicou ao Joaquim a técnica para dividi-lo:

“ – Joaquim, não há segredo. Primeiro, tu contas que vais falar. Depois, tu falas. Por último, tu contas a todos que falaste.”

Como vemos, o velho bom senso lusitano transforma numa coisa evidente o que, para muitos, ainda é bicho-de-sete-cabeças.

*

CARACTERÍSTICAS DAS QUATRO PARTES

O exórdio

A primeira parte do discurso, o Exórdio, visando à assistência, deve conquistá-la, tornando-a, como ensinou Cícero, *atenta, dócil e benévola*.

O exórdio Deve Ser Insinuante

Por *atenta*, entendemos a assistência *interessada* nas palavras do orador. Por *dócil*, significamos o auditório *disposto* a ser ensinado ou a ouvir as razões do orador. Por *benévolos*, compreendemos os ouvintes *simpatizando* com a pessoa do orador ou com suas ideias. Portanto, deve o orador ser interessante, delicado e simpático. Como conseguir isso será oportunamente explicado.

De tudo, concluímos: *o exórdio deve ser insinuante*.

A afirmação

A *afirmação*, sendo a parte onde o orador transmite sua ideia-mãe, deve ter como alvo supremo a *clareza*. Nesta parte, não pode a audiência ficar em dúvida, tentando adivinhar onde quer chegar o orador.

A afirmação Deve ser Clara

A ideia-mãe deve ser perfeitamente entendida por todos os ouvintes. A *clareza*, repetimos, é a característica fundamental da *afirmação*, onde surge a ideia essencial a ser transmitida, ou seja, a *ideia-mãe*.

A prova

A parte chamada *prova* tem como objetivo demonstrar a verdade da afirmação feita. Logo, deve ser *convicente*, de modo a explicar bem as razões pelas quais pensamos desta ou daquela maneira, ou pretendemos fazer o auditório assumir esta ou aquela atitude. Geralmente, após demonstrar as razões a favor de nossa ideia, necessário é refutar as objeções ou dúvidas possíveis. Por isso, dividiam os antigos a parte da *prova* em: *confirmação* e *refutação*. Na *confirmação*, demonstramos a verdade de nosso ponto de vista. Na *refutação*, prevendo ou rebatendo a ideia contrária, ou as objeções cabíveis, desfazendo as dúvidas ou as hesitações dos ouvintes. De tudo isso, concluímos que deve a *prova* ser *convicente*.

A peroração

Para finalizar, temos a *peroração*.

É conhecido o ditado: “A primeira impressão fica...” Em Oratória isso é aviso para cuidarmos com especial carinho do *exórdio*, parte onde devemos ser insinuantes. No entanto, ao chegarmos à peroração, poderíamos, com muita verdade, inverter o ditado, declarando positivamente: “A última impressão é a que fica!”

De fato: no final de nossas palavras devemos causar nos ouvintes a maior impressão, de modo a gravar em suas mentes quanto queremos transmitir. Isso conseguiremos, recordando, rapidamente, as diversas razões apresentadas em abono de nossa *afirmação* e reafirmando, vigorosamente, nossa ideia-mãe. De qualquer forma, procederemos, por todos os meios, de maneira a *impressionar* vivamente os ouvintes, pois a característica fundamental da *peroração* é ser *impres-siva*.

Resumindo

O mínimo que se pede do discurso é:

Afirmação mais *prova*.

O discurso completo tem quatro partes:

O exórdio deve ser *insinuante*.

A afirmação deve ser *clara*.

A prova deve ser *convicente*.

A peroração deve ser *impres-siva*.

Ao falar em público, deve o orador começar pensando com seus botões:

“Preciso ser *insinuante* no meu começo.”

Conquistada a boa vontade do auditório, deve dizer para si:

“Agora, exponho, bem *claramente*, minha ideia.”

Feito isso, antes de iniciar a terceira parte, deve lembrar:

“Chegou a hora de ser *persuasivo*.”

Completada a prova, o orador toma fôlego e pensa:

“Agora é a hora de *impressionar* os ouvintes!”

EXÓRDIO

Após a divisão do discurso em quatro partes, vamos estudar cada qual separadamente, o *exórdio* em primeiro lugar.

Que quer dizer exórdio

Exórdio quer dizer começo. Em latim, significa também urdidura, ou seja, a primeira trama feita pelo tecelão.

Estas palavras iniciais devem merecer todo o cuidado do orador, por serem a primeira impressão causada no auditório. Os artistas da palavra, cientes da importância deste contato primordial com os ouvintes, deixam a composição do exórdio como último trabalho a ser cuidadosamente elaborado.

A primeira impressão fica

Em Oratória, já sabemos ser a peroração a parte de maior efeito. No entanto, a impressão deixada pelo *exórdio* permanece durante todo o discurso, sendo raro poder o orador salvá-lo, se começou mal. O bom começo é meio caminho andado.

Não agradando o exórdio, todo o discurso está comprometido. A primeira impressão decidirá da boa ou má acolhida de nossas palavras pelo auditório.

Observe o início de qualquer discurso: a atenção geral concentra-se na *pessoa* do orador. Esse interesse *pessoal* é transferido, pelo exórdio, *para o assunto* a ser tratado.

Finalidade geral: preparar o ânimo dos ouvintes

O exórdio é quase discurso independente, com a única finalidade de preparar o espírito do auditório para ouvir nossa oração. Podemos, no exórdio, nem sequer mencionar o assunto a ser ventilado, mas temos de deixar os ouvintes ansiosos por conhecê-lo. Esse é o ideal. Se não for atingido, ao menos fiquem os assistentes atentos e relativamente simpáticos.

Essa atenção e simpatia mínimas serão conseguidas... com o exórdio.

O mestre de exórdios

O camelô, quando apresenta sua mercadoria, costuma iniciar mostrando alguma coisa para prender a atenção dos transeuntes. Por exemplo: uma cobra, um macaquinho, um papagaio. Ou, então, alguma magia ou prestidigitação.

Aquela exibição inicial não tem outra finalidade, senão chamar a atenção dos passantes. Formado o grupo atento e curioso, começa o camelô a relatar as vantagens do produto então exibido para venda: agulhas, broches, remédios contra calvície ou panaceia milagrosa...

Assim é o exórdio.

Atrai o ouvinte, capta-lhe a atenção, prepara-o para a real finalidade do orador: transmitir seu pensamento a auditório predisposto a ouvi-lo.

Deve, portanto, o orador, antes de começar seu discurso, lembrar-se da lição do camelô...

Deve ser proporcional ao discurso

O exórdio é a entrada da casa: deve harmonizar com ela em tamanho e estilo. Um grande portão, abrindo solenemente para apresentar uma choupana, é tão risível quanto o palácio imponente cuja ponte levadiça fosse uma pinguela...

Não cuide demais do exórdio, se o conteúdo da mensagem oratória for meia dúzia de palavras sobre assunto cotidiano.

Não descuide do exórdio, se o discurso tiver tema nobre e elevado. Tenha, então, pelo exórdio, o dobro do carinho dispensado à elaboração da ideia-mãe.

Além da proporção, devemos cuidar do tom do exórdio. Este precisa acompanhar o do discurso. Não podemos começar alegre ou humoristicamente uma oração sobre assunto soturno e grave. Nem iremos iniciar pomposamente, com solenidade e elevação, uma arenga sobre matéria corriqueira.

A voz, no exórdio

Como regra geral e de raras exceções, *a voz deve ter pouco volume no exórdio*. Principalmente nas primeiras sentenças pronunciadas. Quase no final do exórdio, eleva-se gradualmente, até atingir o tom normal.

Isto, por diversas razões.

A primeira é permitir, ao orador, dominar-se emocionalmente.

Começando suavemente, pode prestar mais atenção à própria voz e graduá-la de acordo com a acústica local. Além disso, a voz, antes em repouso, irá esquentando-se aos poucos, como motor de automóvel. O motorista experiente não “arranca” com motor frio...

A principal vantagem de iniciar-se com pouco volume reside na possibilidade de o orador elevar a voz e retornar ao tom primitivo, de acordo com a necessidade. Começando muito alto, toda vez que abaixar a voz parecerá inseguro ou cansado.

Para a harmonia da oração, o tom mais baixo do exórdio marcará, por contraste, o verdadeiro início do discurso: a apresentação da ideia-mãe, feita em tom normal.

Do ponto de vista do auditório, temos também vantagens. O começo lento e pouco volumoso obriga os assistentes ao *silêncio*. Em todo auditório existe o “ouvinte nato”, pronto a ouvir, seja lá o que for. Este, então, ajudará a *imporsi-lêncio* ao auditório, se necessário, contribuindo assim para focalizar a atenção geral na figura do orador.

Mais ainda: aos ouvintes é sempre simpático quem inicia hesitando, pois isso demonstra indiretamente respeito pelos assistentes. O tom de voz normal, seguro e firme no começo, pode predispor o auditório contra o orador.

O ritmo: primeira, segunda e terceira...

Ao começar nossas palavras, devemos proceder como o motorista ao dar partida no carro: solta lentamente o pé da embreagem e, ao mesmo tempo, suave e firmemente, pisa o acelerador. Não poderá sair em segunda nem em terceira: deverá usar a marcha mais lenta, a primeira. Somente após passará à segunda e, uma vez vencida totalmente a inércia, porá a terceira.

No discurso, a mesma coisa.

Calma e lentamente iniciará o orador suas palavras. Prossegue adquirindo maior velocidade e elevando a voz, até atingir o tom necessário à amplitude do auditório ou à magnitude do assunto.

As pausas

Começar pausadamente incita a curiosidade do auditório, e só por isso serve como luva ao objetivo do exórdio. A hesitação inicial é homenagem indireta aos ouvintes, pois, na presença dos que respeitamos, sentimo-nos, via de regra, inseguros.

O silêncio das pausas ajuda, ainda, a fazer silêncio no auditório. Eis por que repetimos ser o exórdio o local onde as pausas têm mais cabimento e são mais frutíferas.

Exceção confirma a regra

Quanto se disse aqui a respeito da voz no exórdio, tem uma exceção confirmadora da regra geral: nos exórdios “ex-abrupto” pode-se começar em tom firme, seguro, decidido, violento mesmo.

Iremos mais adiante, ao estudar as relações entre auditório e exórdio, verificar ser o exórdio “ex-abrupto” usado somente em assistência plenamente favorável. Então, o perigo de provocar hostilidade nos ouvintes não existe. Nem há mesmo necessidade de exórdio, uma vez estando os ouvintes preparados para receber nossas palavras.

Chamamos de exórdio o começo de tais discursos, por força de expressão.

Exemplo ilustra a exceção

(...)

Resumindo

Exórdio quer dizer começo: é pequeno discurso *anterior*.

Deve merecer todo cuidado, pois a primeira impressão fica.

Prepara o ânimo dos ouvintes para ouvir com agrado o discurso.

O camelô é mestre de exórdio.

O sentimento e as emoções ficam bem, no exórdio.

Deve ser proporcional ao discurso, em tamanho e em tom.

Use pausas no exórdio.

Em assistências francamente favoráveis não há necessidade de exórdio propriamente dito.

FINALIDADES DO EXÓRDIO

Atentos, dóceis e benévolos

Cícero fixou a observação antiga de o *exórdio visar*, preparando o ânimo dos ouvintes, a *torná-los atentos, dóceis e benévolos*.

Aparentemente, tudo é a mesma coisa, mas a atenção, a docilidade e a benevolência são distintas, podendo existir cada qual separadamente na alma dos assistentes. Nestas três coisas concentram-se todas as alternativas imagináveis para um bom começo.

a – Desperte a curiosidade dos ouvintes, e ei-los atentos. Interesse-os, e eles ficarão atentos. Intrigue-os e eles ficarão atentos.

b – Garantir-lhes brevidade é tê-los dóceis. Acalmá-los de alguma outra preocupação, é mantê-los dóceis. Prometer-lhes satisfação de algum desejo ou necessidade urgente, é fazê-los dóceis. Dar-lhes boa notícia, é torná-los dóceis.

c – Finalmente, elogiá-los, é despertar benevolência. Demonstrar humildade, é provocar benevolência. Confessar nervosismo, é criar benevolência. Concorde logo de início com os ouvintes, é assegurar-se da sua benevolência.

Enfim, tudo quanto se pensar sobre o ânimo dos ouvintes favoráveis ou dispostos a nos ouvir com simpatia, pode ser resumido na fórmula:

“Torne os ouvintes atentos, dóceis e benévolos!”

A atenção do auditório

Auditório atento é o *interessado nas palavras* do orador (“interesse”, latim = estar dentro de, meio de). Dentro do assunto esboçado. Isso é auditório atento.

Não há necessidade de o ouvinte estar encarando o orador, para demonstrar atenção. Quantos não ficam olhando para o lado, para um ponto da sala, ou então rabiscam, aparentemente distraídos, uma folha de papel! Mas o orador experiente percebe a atenção por um gesto, imperceptível quase, de “aguçar as orelhas”. A leve inclinação de cabeça, apontando para o orador um dos ouvidos, é sinal de atenção. A prática ensina isto melhor, e dará ao pregador psicólogo mais uma dezena de indícios certos da atenção do auditório.

A desatenção quase sempre é provocada pela *monotonia*.

O desinteresse tem aí a sua origem.

Coisas já sabidas, processos já conhecidos, assuntos já batidos provocam desatenção. A desatenção mostra-se principalmente no olhar vago, pronto a fixar-se em objetos do recinto curiosamente ou imobilizar-se em devaneio cismarento. O bocejo é “vontade de prestar atenção”. Assim sendo, é homenagem feita ao orador, mas não deixa de ser característico certo de desatenção iminente.

Uma observação final importante: a desatenção nada tem de hostil ao orador. É neutra e independente, fria e impessoal.

Docilidade dos ouvintes

Docilidade é a disposição da assistência para ser conduzida pelo orador.

Conduzida pelo discurso a fora. Guiada pela trilha intelectual marcada pelo orador. Dirigida até às conclusões pretendidas pelo discursador.

Dócil vem do latim “docere”, significando ensinar, instruir, manejar. Docilidade é, então, a disposição do auditório para aprender, para ser instruído ou manejado.

Quando está indócil a assistência?

Toda vez que os ouvintes tiverem algum desejo ou necessidade urgentes, estarão indóceis. O caso mais comum de indocilidade é o cansaço.

Auditório cansado é indócil por natureza.

O exemplo mais comum de auditório indócil por cansaço é o dos finais de aulas: antes do recreio, principalmente. Na Faculdade de Direito de São Paulo, nas assembleias do Centro Acadêmico Onze de Agosto, frequentemente os estudantes ficavam indóceis, por volta do meio-dia. Neste último caso, não era apenas cansaço, mas fome, também.

Antes de um baile, quando rapazes e moças só pensam em dançar, é perigoso querer falar. O desejo imediato de diversão torna indócil a assistência. Numa festa de crianças, diante de lauta mesa de doces namorados pelos petizes, todo discurso é arriscado – os garotos, tendo um desejo impaciente de guloseimas, estão indóceis. Pensando em doces, ficam indóceis.

A indocilidade é facilmente reconhecível. Mesmo o principiante notará a mobilidade exagerada da assistência. Esta mobilidade excessiva é característica típica de indocilidade. A desatenção pode manifestar-se também por mobilidade, mas é mobilidade calma, ponderada, respeitosa mesmo, sem, acinte ao orador.

Na indocilidade a mobilidade é dirigida contra o orador, chegando mesmo ao vozerio desrespeitoso e mal-educado.

Benevolência da assistência

Benevolência, de “bene” e “volo”, querer bem, é a simpatia preexistente ou despertada pelo orador, a seu favor ou a favor de sua ideia.

Benevolentes são os ouvintes identificados com a alma do orador, dispostos a perdoar-lhe os erros e deslizes, prontos a socorrê-lo com um termo ou expressão, caso a memória o traia.

O sorriso amigo é o característico mais certo da benevolência.

Os sinais de aprovação ou de negação acompanhando as afirmações ou negativas do orador, mostram ainda mais claramente a benevolência dos ouvintes.

Os sinais de simpatia não escapam mesmo aos principiantes. Às vezes, a timidez dá falsa interpretação ao sorriso benevolente, vendo nele ironia ou caçoada. Mas ninguém confunde um gesto de aprovação com a cabeça.

Contrariamente, a malevolência é mais dificilmente percebida, até por oradores tarimbados. A educação dos ouvintes obriga a mascarar a antipatia numa impassibilidade polida e distante, falsamente interpretada como atenção às palavras do orador.

A impassibilidade é característica de malevolência.

A técnica para descobrir a malevolência oculta consiste em fazermos afirmações ou negações e observarmos os ouvintes nos olhos. Há, quase sempre, um ténue bater de pálpebras a preceder a imitação contrafeita de nosso gesto.

O suspiro de resignação de alguns ouvintes, fingindo cansaço, não é sinal de indocilidade, como poderia parecer, mas confissão de malevolência. O desvio dos olhos, quando encarado, é outro sinal de malevolência. O ouvinte benevolente está sempre à espera do olhar do orador.

O malevolente, foge dele...

Resumindo

O que fazer

Para tornar *atentos* os ouvintes:

Desperte-lhes a curiosidade.

Interesse-os pelo assunto.

Deixe-os intrigados.

Para tornar *dóceis* os assistentes:

Garanta brevidade.

Acalme-os de outras preocupações.

Prometa satisfação imediata dos desejos da assistência.

Para tornar *benévolos* os presentes:

Elogie-os sinceramente.

Seja natural e simples.

Deixe transparecer algum nervosismo.

Concorde sinceramente com o ponto de vista deles.

Objetivo visado

Atenção é interesse (interesse).

A monotonia mata a atenção.

O bocejo é sinal de desatenção involuntária.

Docilidade é a disposição para ouvir.

Quase sempre o cansaço provoca indocilidade.

A indocilidade nota-se pela “mobilidade acintosa”.

Benevolência é simpatia pelo orador ou por suas ideias.

A impassibilidade dos ouvintes indica malevolência.

O malevolente trai-se pelo olhar...

MODO DE ATINGIR AS FINALIDADES

Vimos, anteriormente, a tríplice finalidade do exórdio: despertar a atenção, a docilidade e a benevolência do auditório. Sabemos também o que fazer para consegui-lo. Vejamos, agora, *como* fazer isso.

PARA O AUDITÓRIO FICAR ATENTO

As novidades interessam sempre

Para tornar os ouvintes atentos, devemos interessá-los. Sim, mas como fazemos para interessar a assistência? Meditando bem sobre o assunto, verificamos ser o meio mais eficiente recorrer à *novidade*. As novidades, as coisas novas, nunca ouvidas, extraordinárias, incríveis, sempre despertam interesse quando anunciadas. E isso, por um falso raciocínio feito por todos nós, seguindo este caminho: (1) toda novidade *pode* ser importante; (2) toda novidade *quase sempre* é importante; (3) toda novidade *é* importante... É indução errada, mas feita por todo mundo. O que realmente nos interessam são as “coisas importantes”, no entanto, basta anunciarmos qualquer novidade e todos correm logo, interessados...

Os circos de cavalinhos

A técnica de recorrer à novidade é velhíssima. Os circos anunciam, quando chegam a uma cidade, ser aquela a *primeira vez* (com destaques) a ser exibida tal ou qual coisa. Usam também os “novidadeiros” locais para contar a última do domador de leões ou da mulher do trapézio. A figura do novidadeiro é, psicologicamente, confirmação de quanto se disse: ele quer ser importante e, para consegui-lo, recorre às novidades, despertando assim o interesse de todos e gozando, por reflexo, a importância atribuída à notícia.

Moral da história

O orador pode e deve usar a mesma técnica, iniciando suas palavras contando alguma coisa nova, diferente, incomum, provocando o interesse imediato de todos. Caso não haja coisas novas a dizer do assunto, deve chamar a atenção para um pormenor ou fato aparentemente sem importância, desprezado ou esquecido pelos oradores precedentes e engrandecê-lo aos olhos da assistência, dando-lhe o sabor de novidade. Como vemos, basta o saborzinho de novidade para despertar interesse.

Use contrastes

Na hipótese de não ocorrer nada novo, nem conseguirmos engrandecer um pormenor, resta o recurso de mudar o *modo* de apresentação do assunto. Quando, por exemplo, os oradores anteriores tiverem sido muito solenes, quebre um pouco a pompa, apresentando a mesma ideia de maneira alegre e meio divertida. Caso contrário, tendo os precedentes sido joviais e bem-humorados, façamos fisionomia séria e mostremos a gravidade do tema examinado. E se os primeiros discursos tiverem sido muito científicos e exatos? Anunciemos nossa palestra em tom mais leve e popular.

Assim por diante. Poderemos chegar ao extremo de simular mudança de ideia após ouvir os demais. Levantamo-nos como duvidosos, afirmando não estarmos bem seguros do ponto de vista partilhado por todos. No correr de nossas palavras, refutamos nossas próprias hesitações com argumentos sólidos e voltamos à primeira opinião.

As notícias interessam, mas... por quê?

Quando lemos um jornal, podemos verificar o mecanismo do interesse humano: quanto mais próximo no tempo e no espaço forem os acontecimentos, mais interessados ficamos. É esse o atrativo do jornal do dia ou da última edição. Jornais velhos não interessam.

Vejamos o começo de três notícias:

- a) “Anteontem, às quinze horas...”
- b) “Ontem, às vinte e três horas...”
- c) “Hoje de manhã, às onze e trinta...”

Comparemos com esses inícios:

- a) “Em Bombaim, num dos bairros periféricos...”
- b) “Em Buenos Aires, num restaurante...”
- c) “No Largo do Rosário, na escadaria do Palácio da Justiça...”

Em todos os casos, as notícias vão crescendo de importância a nossos olhos, à medida que estão mais próximas no tempo e no espaço. As comunicações

de letra *a* interessam menos que as de letra *b*, e menos ainda que as de letra *c*. Curiosa é a combinação delas:

- 1 – Anteontem, às quinze horas,
 - a) em Bombaim...
 - b) em Buenos Aires...
 - c) no Largo do Rosário...
- 2 – Ontem, às vinte e três horas,
 - a) em Bombaim...
 - b) em Buenos Aires...
 - c) no Largo do Rosário...
- 3 – Hoje de manhã, às onze e trinta,
 - a) em Bombaim...
 - b) em Buenos Aires...
 - c) no Largo do Rosário...

Dando nota às notícias

Considerando apenas estes dois elementos, tempo e espaço, podemos dar notas às notícias.

Arbitremos valores diretamente proporcionais à proximidade no tempo e no espaço, ou seja, quanto mais próximos, mais altos. Assim:

Campinas, nota 3..... Hoje, nota 3

B. Aires, nota 2.....Ontem, nota 2

Bombaim, nota 1Anteontem, nota 1

Teremos, então, a seguinte escala de valores arbitrários para cada notícia:

Campinas, hoje..... = 3 mais 3.....(6)

Campinas, ontem.....= 3 mais 2.....(5)

Campinas, anteontem....= 3 mais 1.....(4)

B. Aires, hoje.....= 2 mais 3.....(5)

B. Aires, ontem.....= 2 mais 2.....(4)

B. Aires, anteontem.....= 2 mais 1.....(3)

Bombaim, hoje.....= 1 mais 3(4)

Bombaim, ontem.....= 1 mais 2.....(3)

Bombaim, anteontem....= 1 mais 1.....(2)

Teoricamente e apenas para efeito de maior compreensão do assunto, caso ainda não exista algum estudo ou pesquisa neste setor, esta ideia seria excelente para alguma monografia do estilo das que os americanos adoram... Considerando somente esses dois elementos (tempo e espaço), poderíamos concluir:

Campinas, ontem, e Buenos Aires, hoje, se equivalem por terem ambas a nota 5. Campinas, anteontem, Buenos Aires, ontem, e Bombaim, hoje, tendo a mesma nota 4, despertariam o mesmo grau de interesse. Finalmente, Buenos Aires, anteontem, e Bombaim, ontem, teriam ambas, a nota 3, interessando igualmente.

Concluindo, poderíamos afirmar que começar o discurso com uma novidade, próxima no tempo e no espaço, sempre desperta o interesse.

O interesse é como as especiarias

Existe outra fórmula para despertar o interesse: pegue alguma coisa bem familiar e ponha uma pitada de coisa estranha. A coisa familiar adquirirá novo sabor de interesse. Seja, por exemplo, um fogão comum de cozinha. Todo mundo conhece fogão, por mais primitivo que este possa ser. Falando de fogão, provocaremos interesses ao anunciar um fogão alimentado a ... gelo. Os ouvintes ficarão intrigados e, portanto, interessados. A coisa estranha acrescentada fez o papel de especiaria, dando sabor diferente à coisa velha.

A comparação com especiaria vem a calhar, se considerarmos que apenas coisas estranhas não despertam interesse ou provocam o mesmo desagrado que um prato só de pimenta, noz-moscada ou cravo-da-índia. Caso iniciemos nossas palavras prometendo resolver de vez qual o processo mais indicado, dos cinco existentes, para caçar besouros comestíveis usados como iguaria pelos vizinhos dos bantos, pouca gente estará interessada.

Mudando o besouro por ostras, já começamos a nos interessar pelo assunto. No Brasil, falando de feijão, podemos despertar grande interesse dizendo que só existem cinco fazendeiros que plantam feijão. É o familiar condimentado pelo estranho, a causa de nosso interesse.

Resumindo

A novidade interessa sempre.

Não havendo coisas novas, use novo modo de dizer as velhas.

Use contrastes.

A proximidade no tempo, interessa.

A proximidade no espaço, interessa.

Use coisas estranhas para “temperar” as velhas coisas.

Apenas coisas estranhas, não interessam.

PARA O AUDITÓRIO FICAL DÓCIL

Prometa brevidade

O auditório precisa, além de atento, estar dócil, ou seja, *disposto* a aprender com o orador.

Como conseguimos essa *disposição* dos ouvintes? A assistência pode estar atenta, ou melhor, procurando estar atenta, por interesse no assunto, mas, ao mesmo tempo, pode estar cansada, preocupada com a hora, ou então já convenci-

da do contrário do ponto de vista do orador. A disposição do auditório consegue-se geralmente com um recurso apenas: *promessa convincente de brevidade*.

O orador levanta-se e, logo de início, promete ser muito breve. Caso os ouvintes acreditem na promessa, o orador será ouvido com agrado. “Sede breves e agradareis” já dizia Horácio...

Duas palavrinhas apenas...

Naturalmente, o orador não deve iniciar dizendo: “Vou dizer duas palavrinhas apenas sobre...” Ninguém mais acredita nessa expressão “duas palavrinhas”, pois a mesma passou a ser chapa mentirosa do orador quilométrico. Sejamos positivos, que os ouvintes acreditem mesmo que vamos ser breves. Como seremos convincentes? Provando essa nossa afirmação.

Vejamos um exemplo:

“Prezados senhores; após tão belas palavras ditas por tantas pessoas competentes, parece-me estar esgotado o assunto. Assim, não vou dizer aquilo que pretendia, mas tão-somente quero agradecer a gentileza de me haverem passado a palavra. Desta forma, podemos encerrar nossa sessão, tão útil e proveitosa, lembrando a todos, entretanto, que de todas as palavras aqui pronunciadas, uma coisa deve merecer a atenção de todos para ficar bem gravada na memória dos presentes. Essa coisa é(Aqui começa o discurso!...)

Dramatize para convencer

Outro recurso para convencer a assistência de que vamos ser breves será assim usado:

“Senhores, creio nada mais haver a ser acrescentado a quanto foi dito. Para finalizar (olha o relógio) ... como já é tarde e os senhores talvez estejam um pouco cansados, queria lembrar, apenas lembrar, dois pontos finais para todos saírem perfeitamente informados...”

Como regra geral, sempre é prudente descobrir um modo de não mencionar cansaço, pois, muitas vezes, isto é meter idéias na cabeça da assistência. Imperdoável é ouvir, como frequentemente ouvimos, a afirmação descuidada: “Como os senhores estão cansados por terem ouvido os oradores anteriores...” Sem intenção ofendemos, dessa forma, os que nos precederam. Eles podem ressentir-se e, às vezes, pode o auditório protestar, antipatizando com o orador logo de início.

Fale do que preocupa a assistência, acalmando-a

A indocilidade nasce, como vimos, de algum outro *desejo* sentido pela assistência. Poderia parecer inteligente evitar o assunto que sabemos preocupar a platéia, mas não é assim. Percebendo que a assistência se preocupa com algum assunto especial, deve o orador falar desse assunto (já em si, pelas circunstâncias, interessante) e acalmar as dúvidas dos ouvintes. Sendo a fome a preocupação, poderá o orador começar assim:

“Dentro de poucos minutos, todos nós iremos almoçar. O cardápio hoje está simplesmente de entusiasmar. Vamos ter, além da bela macarronada, uma carne especialmente escolhida para nós. A fim de podermos saborear mais tranquilamente a refeição, melhor será liquidarmos antes a dúvida surgida com relação a nosso assunto e que, na realidade, é muito fácil de solucionar. De fato, numa sen-

tença apenas verão os senhores que não havia, na realidade, motivo para tanta ce-leuma...”

Outro meio seria o orador demonstrar que, mais que os ouvintes, deseja ele a mesma coisa que os preocupa. E fazendo-se a voz de todos, discorre rapidamente sobre o assunto, acalmando o espírito do público.

Prometa o céu!

Quando a indocilidade é muito pronunciada, não ficará mal imitar o político em véspera de eleição. Deve o orador prometer satisfação do desejo imediato dos circunstantes, pelo menos naquilo que estiver em suas forças, ainda que não esteja nas suas intenções...

Poderá parecer maquiavélico, mas não é. Havendo necessidade urgente de falar aos presentes, de que outra forma seríamos ouvidos? Estamos faltando à verdade? Os primeiros a nos agradecerem, posteriormente, serão os mesmos ouvintes...

Figuremos um corpo de jurados cansado e abatido após a arenga da Promotoria. Não lhes presta favor o advogado que os faz esquecer o cansaço e os torna renovados para ouvir as duas horas (ou três) empregadas no esclarecimento de suas consciências? De que outra forma poderiam eles ouvir atentamente, sem grande sacrifício pessoal? Como poderiam condenar quem lhes tira a indisposição e lhes dá disposição?

Prometa o céu, contanto que os ouvintes se sintam bem dispostos após a promessa!

Resumindo

Prometa *brevidade*.

Não diga “apenas duas palavrinhas...”

Convença-os de que vai ser breve *mesmo*.

Dramatize, para convencer.

Prometa o céu, caso necessário.

*

PARA O AUDITÓRIO FICAR BENÉVOLO

A humildade cristã

Como fazer para o auditório ficar benévolo?

Benevolência (de “bene” – “volo”) quer dizer “querer bem”. Como fazer o auditório querer-nos bem? Sendo simpáticos, é claro. Como conseguimos a simpatia? Como agradar, com nossa pessoa, aos ouvintes?

Todos gostam de pessoas cheias de humildade cristã. A humildade cristã é modéstia sem servilismo e altivez sem presunção. Tudo pode ser resumido numa palavra: *sinceridade*.

Todos nós temos consciência de nossas limitações, imperfeições e deficiências. Alguns procuram escondê-las, por vaidade, usando a “máscara da face” do nosso Raimundo Correia. Outros a demonstram, chamando a atenção de todos, apenas por fraqueza. Na realidade nada disto é humildade cristã. A modéstia, tão

exaltada por muitos, combatida com razão por Yoritomo Tashi em seu livro “A timidez Vencida”, alegando o autor que a modéstia é feita de falsidade ou de fraqueza.

Não é assim a humildade cristã.

Na humildade cristã existe uma consciência íntima de nossas limitações, que nos faz prudentes e nada dogmáticos. Na humildade cristã temos, ao lado dessa consciência íntima das próprias deficiências, a atitude resoluta para enfrentar corajosamente nossas imperfeições, apresentando ao mundo nossa contribuição.

Quem tem humildade cristã apresenta-se cômico de sua autoridade, como orador, mas ao mesmo tempo consciente de sua falibilidade como homem.

O auditório vê, então, altivez sem presunção e humildade sem baixaza. Todos se identificam com o orador nessa batalha corajosa contra as próprias limitações.

Para despertar benevolência deve o orador, portanto, admitir seus pontos fracos e reivindicar seus pontos fortes, não se humilhando por causa dos primeiros, nem se exaltando pelos segundos.

No fundo, o que a assistência quer, do orador, é apenas *naturalidade*. A naturalidade é sinceridade, e esta desperta simpatia.

Deixe transparecer nervosismo.

Quando o orador se apresenta muito seguro de si, geralmente provoca antagonismo na platéia. Ou a segurança é produto de autocontrole e não é, portanto, natural; ou então é arrogância de quem faz pouco caso dos ouvintes. De qualquer forma, desagrada e provoca malevolência.

Assim, deixar transparecer um pouco de nervosismo não fica mal, no exórdio, e ajuda grandemente a despertar a simpatia dos ouvintes.

Elogie sinceramente

Mesmo que nossa figura não seja simpática naturalmente, podemos provocar simpatia com um elogio sincero. A sinceridade aqui é absolutamente essencial. Já diziam os gregos: “Todos podem bajular, mas é difícil encontrar um homem que saiba elogiar.” Caso não exista nada elogiável nos presentes, *não elogie!* As platéias têm radar apuradíssimo para a falsidade e a sinceridade. Não há ator capaz de enganar público algum nesse particular.

Ao elogiar podemos apenas dar opinião favorável de outra pessoa, mesmo que no fundo não concordemos com ele. Exemplo:

“Disse Rui Barbosa, certa vez, que não havia povo mais inteligente nem mais gentil, em todo o Estado de São Paulo, que os habitantes da cidade...”

Como gostaríamos que essa frase do grande Rui se referisse à cidade em que nascemos ou àquela em que moramos!

A vantagem de citar elogio alheio é que este livra o orador do risco de não ser sincero e dá mais visos de verdade ao elogio em si.

Concorde de início...

Para que um auditório seja benévolo, não é necessário que simpatize com a pessoa do orador. Basta que simpatize com suas *idéias*. Assim sendo, se o orador

perceber uma idéia comum ao auditório, deve concordar logo de começo com esse ponto de vista, ganhando assim a necessária benevolência.

Podemos até pretender transmitir idéia oposta à do auditório, mas se comunicarmos aquilo que ele gosta, ganharemos a sua simpatia. Qualquer um escuta com benevolência, aquilo que se diz a favor de alguma coisa cara a seu coração.

De qualquer maneira, concordar de início com a platéia é sempre uma boa política, pois, uma vez conquistada a benevolência, podemos chegar ao ponto de pregar o oposto de suas idéias e sermos ouvidos com respeito.

Resumindo

Seja natural.

Demonstre convicção não dogmática.

Deixe transparecer nervosismo, ao começo.

Elogie *sinceramente*.

Refira-se a elogio de terceiro.

Concorde, de início, com o ponto de vista geral.

Procure um ponto comum.

*

MATÉRIA PARA EXÓRDIO

Quatro assuntos principais

Para iniciar nossas palavras, quatro assuntos principais podem ser usados, e o são, geralmente. O primeiro é falar da pessoa do próprio orador. Pode-se discorrer, ainda, sobre a pessoa do adversário ou orador anterior. Podemos começar nosso discurso falando dos ouvintes ou do ambiente em que estamos.

O objetivo visado é sempre o tríplice já explicado: fazer a platéia *atenta, dócil e benévola*. Qualquer dos quatro assuntos usados não passará de meio para atingir esses fins.

Exemplifiquemos, lembrando entretanto que não estamos dando modelos de exórdio. Apenas indicamos, brevemente, como usar. A cada um dos assuntos mencionados. O orador terá, assim, idéia do que poderá fazer com mais cuidado e capricho. Apresentamos em seguida exemplos, e não modelos, repetimos.

Falando de si mesmo

Falando de si mesmo, poderá o orador ressaltar a importância de suas palavras, provocar a boa disposição dos ouvintes e torná-los simpáticos à sua pessoa. Assim:

- Para conseguir *atenção*:

“Tenho estudado com toda dedicação o assunto do qual vou falar, hoje, pela primeira vez, em público. Tenho procurado, por todo o Brasil, colher material interessante e curioso para ilustrar meu ponto de vista e provar minha teoria.”

- Para obter *docilidade*:

“Não irei discorrer agora sobre tudo que notei. Procurarei resumir minhas observações em meia dúzia de fatos bem claros e simples, de modo a poder ser brevíssimo.”

- Para fazê-los *benévolos*:

“Os presentes devem ter notado meu nervosismo. Não consigo dominá-lo. Este auditório grande (o maior que já enfrentei) deverá compreender bem como posso estar neste momento... etc.”

Como vemos, falando de si mesmo apenas, diz o orador da importância de suas palavras, conta que vai ser breve e procura um elo de simpatia, confessando nervosismo. E evita o pronome “eu”.

Falando da figura do adversário

Mencionamos “adversário” por ser esta matéria a predileta dos advogados ao enfrentar a Promotoria, ou vice-versa. No entanto, não é necessário que outro orador se nos oponha, basta ter falado também. Mesmo que tenha ponto de vista idêntico. Podemos começar nossas palavras falando do orador que nos antecedeu. No caso de este orador ser adversário nosso ou de nossas idéias, duas hipóteses ocorrem: atacamo-lo ou não.

Alguns autores condenam o ataque ao adversário, achando que não fica bem nem é correto. Não estamos de acordo. Depende do ânimo do auditório em relação a ele; das circunstâncias, do assunto em debate e também do modo como o anterior procedeu em relação a nós. Em princípio, não vemos por que seria deselegante atacar o antecessor. Podemos atacá-lo ... elegantemente. Não devemos ser deselegantes, isso sim. Quer atacando, quer elogiando, há elegância acima de tudo nas palavras do orador.

Suponhamos ter o orador precedente sido pretensioso e arrogante em relação a nós próprios e a nosso ponto de vista. Teremos então o exemplo de exórdio atacando a figura do adversário.

Atentos:

“Esperávamos alguma novidade nas palavras do culto orador que nos precedeu e ficamos decepcionados. Nada disse de importante, nem trouxe fato novo algum.”

(Este começo interessará bastante, especialmente no caso de haver o antecessor, na realidade, trazido novidades e fatos novos. O auditório ficará intrigado e, portanto, interessadíssimo.)

Dóceis:

“Nosso ilustre adversário, de maneira alongada, repisou fatos velhos e sabidos, quando poderia ter sido mais sucinto, uma vez que o problema pode, como veremos, ser resolvido rapidamente.”

Benévolos

“Sabemos que a cultura do nosso opositor é das mais sólidas. Reconhecemos de público sua habilidade e segurança no dominar auditórios e leva-los para onde quer com o encanto de suas palavras e seus grandes conhecimentos de Retórica. Nós, entretanto, dispomos de amor à nossa causa e poucas das qualidades que sobram à sua pessoa.”

Vejam, agora, um exemplo de exórdio cuja matéria seja a figura do adversário, mas sem atacá-lo, antes, elogiando-o:

Atentos:

“Ouvimos todos, encantados, a palavra fluente e castiça dessa poeta-orador, que é nosso antecessor. Notamos em suas palavras coisas curiosas, para as quais iremos, mais adiante, chamar a atenção dos presentes.”

Dóceis:

“Após a belíssima oração de nosso orador anterior, seria imprudente fazer discurso. Não iremos fazê-lo.”

Benévolos:

“Pedimos ao auditório para compreender nosso embaraço ao usar a palavra, logo após a demonstração maravilhosa de cultura e arte ouvida por nós todos.”

Falando da própria matéria do discurso

Nossa opinião pessoal é a de que o exórdio não deve entrar nunca no assunto do discurso. Nada impede, entretanto, que, o orador fale do assunto em termos gerais, assim:

Atentos:

“O assunto que nos traz hoje à tribuna é, talvez, o mais atual de quantos possam preocupar os brasileiros. Diria mesmo ser o mais importante problema de nossos dias para todo e qualquer sul-americano.”

Dóceis:

“Falaremos sobre nossa matéria focalizando-a apenas por um ângulo, a fim de sermos sintéticos e breves.”

Benévolos:

“Nesta matéria, é com alegria que sei temos nós todos presentes o mesmo ponto de vista, o mesmo pensamento e o mesmo sentimento.”

Desta forma, pode o orador, referindo-se ao assunto, tornar os ouvintes atentos, dóceis e benévolos. Segundo nossa opinião, não devemos mencionar o assunto em si, entretanto, o bom senso e o critério de cada qual julgará livremente esta questão.

Falando da assistência

Pode o orador, falando apenas da assistência, tornar o ouvinte *atento, dócil e benévolo*? Vejam um exemplo:

Atentos:

“Todos os presentes estão vivamente interessados no problema que iremos discutir. A maioria dos ouvintes espera uma conferência científica com dados precisos e consequências lógicas irrefutáveis. Não iremos fazer isso e, no entanto, temos certeza de que assim agindo, não decepcionaremos o auditório.”

Dóceis:

“Sabemos que as senhoras e senhores presentes são pessoas ocupadas, cujos minutos são preciosos. Por este motivo, resumimos nosso estudo o mais possível, a fim de podermos ser breves.”

Benévolos:

“Conhecemos de longa data a cultura do povo desta cidade. Somos dos que sabem o número e da excelência dos intelectuais saídos desta terra. Temos também a satisfação de contemplar, na platéia, alguns dos nomes que envaideceriam qualquer centro científico do país. É cômico da responsabilidade de falar a tão culta assistência que nos dispomos a, corajosamente, começar nossas palavras.”

Combinando matérias

O orador não precisa ater-se somente a um assunto, a fim de fazer seu exórdio. Pode combinar dois ou mais deles, como no seguinte exemplo:

Atentos:

(Falando do antecessor, elogiando-o)

“Ouvimos todos, encantados, a palavra fluente e castiça desse poeta-orador, que é nosso culto antecessor. Notamos em suas palavras coisas curiosas, para as quais iremos, mais adiante, chamar a atenção dos presentes.”

Dóceis:

(Falando de si mesmo)

“Não irei discorrer agora sobre tudo que notei. Procurarei resumir minhas observações em meia dúzia de fatos bem claros e simples, de modo a poder ser brevíssimo.”

Benévolos:

(Falando da assistência)

“Conhecemos de longa data a cultura do povo desta cidade. Somos dos que sabem do número e da excelência dos intelectuais saídos desta terra. Temos também a satisfação de contemplar, na platéia, alguns dos nomes que envaideceriam qualquer centro científico do país. É cômico da responsabilidade de falar a tão culta assistência que nos dispomos a, corajosamente, começar nossas palavras.”

Cada qual desce do bonde como quer...

Cada um escolherá falar ou de um só assunto, ou de dois ou de três, escolhendo-os e combinando-os à vontade. Seria dispensável, talvez, observar que a ordem: Atenção, Docilidade e Benevolência não é imperativa. Pode-se variar esta ordem, começando por despertar a benevolência do auditório, em seguida, interessando-o e, afinal, tornando-o dócil.

O bom senso e o bom gosto decidirão nos casos concretos.

Idéia-Mãe

Qual vem primeiro?

Não é verdade que devemos começar as coisas pelo começo. Pelo menos, não é verdade tão geral como à primeira vista, pode parecer. No caso das comunicações faladas ou escritas, devemos distinguir a ordem de apresentação ou desempenho, e a ordem de criação ou elaboração.

A ordem de desempenho começa... do começo. Primeiro apresentamos o que se convencionou chamar de *exórdio*, depois passamos à *afirmação*; em seguida, desenvolvemos a *Idéia-Mãe (I.-M.)* na prova; finalmente, rematamos com a *peroração*.

Na hora de *compor* nossa mensagem, entretanto, não é esta a ordem que seguimos. Toda a elaboração da comunicação tem como finalidade única enviar uma *mensagem*. Esta mensagem geralmente é muito curta. Na realidade, toda mensagem pode ser sintetizada em sentença única. Esta sentença é que chamamos de *Idéia-Mãe (I.-M.)* ou “afirmação”.

A afirmação conterà o *pensamento* ou o *sentimento*, ou frequentemente, o pensamento e o sentimento do comunicador. Na realidade, a I.M. constitui único trabalho do comunicador. Tudo o mais é o ditado pela técnica. É quase mecânico, e tem como única finalidade garantir ao que envia a mensagem o máximo de probabilidade de ser corretamente entendido e... atendido.

Ser entendido e atendido é o ideal do comunicador persuasivo.

Sendo assim, é lógico que, na hora elaborar a mensagem escrita ou falada, devemos começar pela I.-M. ou afirmação. Em seguida passaremos a desenvolver essa I.M. ou afirmação (ou mensagem), na parte chamada prova ou desenvolvimento. O fecho não passa do *resumo da prova* e da reafirmação da I.-M.

Somente então iremos pensar em como começar a apresentação (desempenho) de nossa mensagem.

Alguém deve falar num programa de televisão. Sabe exatamente o que deve dizer. Tem sua prova perfeitamente elaborada. O final de suas palavras mereceu cuidado especial. Ao criar o discurso começou com a *Idéia-Mãe*, depois fez a Prova e finalmente a *Peroração*. O começo de suas palavras, entretanto, deve ser a última coisa a ser cogitada. Isso irá depender do ambiente que encontrar na hora, na televisão. Conforme os que falaram antes, ou conforme os presentes, assim será o começo de suas palavras.

A mesma coisa quando um professor vai defender importante tese para conquista de Cátedra em Universidade. Preparará cuidadosamente a TESE (I.-M.) e o DESENVOLVIMENTO (Prova) e poderá pensar com carinho na parte das CONCLUSÕES (Peroração). Mas nunca poderá saber COMO IRÁ INICIAR suas palavras sem conhecer o local onde irá falar nem a disposição de ânimo dos seus julgadores...

É lamentável verificar que a maioria dos principiantes estuda com carinho e amor suas PRIMEIRAS PALAVRAS e se descarta do discurso em si. Frequentemente seu início tão laboriosamente preparado não pode aplicar-se ao ambiente onde vão falar e... tudo o mais fica prejudicado.

Não é raro acontecer a um orador ou escritor, ter de refazer o exórdio planejado. O modo de começar, a maneira de abordar o assunto podem depender de acontecimentos imprevisíveis.

Por isso, se dizia que a Oratória (comunicação oral) era criação “*hic et nunc*”, aqui e agora.

Alguém escreve um livro sobre um ilustre personagem. Quase à hora de ir para o prelo a obra, falece o homenageado. Não é natural que o livro se inicie la-

mentando o fato? Um orador vai falar sobre o diretor da sua firma. No dia, este falta à reunião por compromissos internacionais inadiáveis... O fato não impõe, por si só, o modo de começar o discurso?

Outro exemplo: preparamos uma conferência sobre nosso Estado natal. Se os presentes forem, na sua maioria, nossos coestaduanos, o começo será um. Bem diferente correrão as coisas caso a maioria esmagadora dos presentes pertença a outro, ou outros Estados. Nem sempre haverá necessidade de mudar *a mensagem*. Basta começar de modo diferente. O exórdio, dando o tom do discurso, depende das circunstâncias ambientes e da assistência. No caso de mensagem escrita, subordina-se, muitas vezes, a acontecimentos recentes e do tipo de público que se quer atingir...

Enfim, para se *criar* uma comunicação dentro da técnica, começamos não do começo, mas da *mensagem* em si. Esta é chamada Idéia-Mãe (I.-M.) ou afirmação. Em seguida, desenvolvemos essa I.-M., resumimos esse desenvolvimento, reafirmamos a I.-M. e só então iremos pensar em *como começar a apresentação* de nossos trabalhos de comunicação.

A AFIRMAÇÃO (I.-M.)

É muito comum ouvir, após o discurso de alguém, esta observação de muitos circunstantes: “O homem falou, falou, falou e, *afinal*, - não disse nada!”

Outro comentário comum é dito em tom entusiasmado: “Puxa! Como o homem falou bonito! Foi um gosto ouvi-lo!” Algum curioso, interessado, naturalmente pergunta: “E que *disse* ele?” A resposta merece meditação: “Ele falou muito bonito sua voz era agradável, musical; suas palavras eram lindas; seus gestos eram verdadeiramente artísticos...” O outro insiste: “Mas afinal, sobre o que ele falou? Que *disse* ele?” O assistente, entusiasmado, responde encabulado: “Bem, ele falou muito bonito, mas não sei exatamente o que foi que disse. Ele falou de tanta coisa... Mas que falou bem, falou!”

Meditando sobre esse fato tão frequente, chegamos a uma conclusão: comunicador não é o homem que fala bastante: - é o homem que DIZ alguma coisa; comunicador não é o homem que fala “bonito”: é o que DIZ alguma coisa.

Se o ouvinte não é capaz de *dizer o que o comunicador transmitiu*, então não houve comunicação, houve “falação em público”. Comunicador é o homem que *diz* alguma coisa quando fala em público. Se a comunicação for por escrito, comunicador é o que *diz* alguma coisa, escrevendo.

A recomendação para os comunicadores seria, então: “Quando falar em público, *diga* alguma coisa.”

Mas dizer que é preciso dizer, é fácil. *Como* deve o orador ou escritor proceder para *dizer* alguma coisa? Este vai ser o objetivo do nosso estudo agora.

Devanear ou meditar?

Para começar, o comunicador não pode ir simplesmente abrindo a boca e falando ou ir escrevendo a seu bel-prazer. Não deve, conforme insistimos, *devanear verbalmente* ou por escrito. O devaneio é legítimo na sua hora própria e serve até como repouso mental. Mas a hora própria do devaneio não é o exato momento de começarmos a falar em público ou escrever. Agora é a hora de medita-

ção. Quando falamos, devemos *meditar em voz alta*. Quando escrevemos, meditar *por escrito*. A comunicação pode ser definida como *meditação oral ou escrita*.

Devemos, então, antes de mais nada, estabelecer clara distinção entre o que entendemos por *devaneio e por meditação*.

Devaneio é a tradução portuguesa da famosa “Träumerei” ou “Reverie”, de Schumann. “Träumerei” e “Reverie” querem dizer, literalmente, “sonhamento” (ou “sonhação” como disse Guimarães Rosa...), palavra que não existe em português e que traduzimos por “devaneio”. Portanto, *devaneio é sonhamento*. Quem devaneia está sonhando acordado. Sua mente está, naquele instante, completamente passiva, como rolha a boiar na corrente do pensamento, de que nos falava William James.

Essa corrente rápida ou lenta, seguindo em linha reta ou percorrendo meandros caprichosos, é a associação de idéias inconsciente e aliciante, da qual, às vezes, é trabalhoso escapar. Qual leitura absorvente, pode, muitas vezes, ser apenas dissipação mental e arrastar-nos o espírito como rolha a boiar à superfície das águas.

O devaneio segue sempre uma *sequência*. O devaneio tem sequência, não há dúvida. E é exatamente esta sequência que nos dá ilusão de estarmos *pensando* quando devaneamos. Mas tenham a certeza: devaneamos quando *pensamos que estamos pensando, mas na realidade não estamos pensando...*

A meditação é coisa muito diferente. Nós meditamos quando *nem pensamos que estamos pensando, porque estamos pensando!* Quem aplica seu espírito fortemente no esforço de meditar, nem percebe que está, realmente, pensando. A concentração mental aqui é intensa e forte. Penosa, quase sempre. Não dá tempo para mais nada.

Ao contrário do devaneio, a meditação não segue *sequência*. Não segue, *busca* uma *consequência*. Não é a mente passiva como rolha. É a mente ativa como caçador à procura da presa esquiva da conclusão. Ora imobiliza-se atenta, ora projeta-se de repente num bote que pretende certo, ora desanima quase, ao sentir escapulir-lhe a caça. Mas não desiste: teima, insiste, persiste e prossegue. Afinal, a vitória: atinge a conclusão e termina seu labor.

Com exemplos práticos, a questão talvez fique mais clara. Suponhamos que uma pessoa contemple um quadro, onde se vê um belo pedaço de mar, beijando preguiçoso a praia, onde se enfileiram redes de pesca. Esta pessoa parte para o sonho, se projetando no quadro, pensando como seria bom se estivesse ali com aquela moça que um dia conheceu. A presença mágica da mulher substitui o mar e ele sempre contemplando o quadro, se entrega docemente ao seu mundo de sonho. Ele não está mais ali: partiu para o *devaneio*.

O mesmo quadro pode ser visto por alguém que entenda alguma coisa de Pintura ou se preocupe com Artes Plásticas. Esta pessoa pensará a qual escola pertence aquele pintor, se o quadro tem equilíbrio e harmonia, se as cores estão bem jogadas na tela, se a luz e a sombra estão bem divididas. Esse alguém estará meditando, procurando alguma coisa, que dará como consequência uma afirmação: o quadro é da escola romântica e se apresenta como obra de arte porque tem uma forma de beleza. Eis a meditação.

No primeiro caso, será muito difícil comunicar alguma coisa a respeito do quadro: imagens confusas do devaneio não comunicam claramente. Na segunda hipótese será muito mais provável o processo comunicativo: da meditação surgiu alguma coisa que precisa ser dita.

O preguiçoso medita e transforma o mundo

Devanear é tão doce e agradável como os próprios compassos da “Träume-rei”. A meditação, pelo contrário, é trabalho árduo e penoso. Parece ter sido Thomas Edison quem disse: “Não há sacrifício que o homem não esteja disposto a fazer para livrar-se do genuíno trabalho de pensar!” De fato: é mais fácil cansar o corpo que esforçar a mente. Qualquer um pode fazer a experiência. A engraçada consequência disso é serem exatamente os homens considerados “preguiçosos” os que mais meditam e os que mais invenções e idéias novas trazem para a humanidade.

Somente um preguiçoso idearia usar o lombo do cavalo para não se cansar com longas andanças... Os homens “trabalhadores” do seu tempo iriam a pé. O preguiçoso inventou a cavalgadura. Que grande preguiçoso deveria ter sido o inventor da roda! Durante muito tempo meditou, espremeu o cérebro, até surgir a Idéia-Mãe: a roda!

Os trabalhadores suavam para levantar grandes pesos, enquanto os preguiçosos meditavam... A alavanca é filhote da preguiça e da meditação!

Quem disser que meditar é fácil, faça esta experiência muito simples: domine seu pensamento. Comandar e dirigir o pensamento não é coisa fácil. Se fosse fácil, já estaria rico e multimilionário, pois sei a fórmula para transformar farinha de trigo em ouro. Esta fórmula, vinda da Idade Média em amarelo pergaminho, diz, textualmente:

“Para transformar farinha de trigo em ouro, basta misturar iguais proporções de farinha e água num grande caldeirão e levá-lo ao fogo lento. Durante uma hora inteira a mistura deve ser mexida, ininterruptamente, com uma colher de pau. Se durante uma hora a pessoa que mexer o caldeirão não pensar na palavra “hipopótamo”, após uma hora o caldo estará transformado em ouro de vinte e quatro quilates!”

Não vou confessar que já fiz tentativas e falhei... Mas desafio qualquer pessoa a ficar, deste instante em diante, apenas um minuto sem pensar na palavra hipopótamo!

O pensamento é mercúrio

O pensamento é mais ou menos como o mercúrio: se tentarmos apanhá-lo violentamente, ele nos foge e escapa pelos dedos. É preciso ter as mãos em concha e suavemente apanhar um bocadinho só do líquido metal. Mas agarrá-lo, isso não podemos...

Mas se o pensamento não pode ser agarrado e imobilizado, pode ser dirigido. Dirigir o pensamento é possível e depende quase que só de exercício. Basta firmar a mente no objeto a ser atingido e o pensamento acabará, como rio canalizado, indo na direção que escolhemos.

E é exatamente o *como fazer isso* – dirigir a mente em busca de uma consequência – o que iremos examinar no próximo capítulo.

Como definir as coisas

Em primeiro lugar, nada poderemos fazer se não soubermos exatamente o que são as *coisas* que constroem o mundo que nos envolve. Precisamos penetrar na sua essência de tal forma que haja impossibilidade de confusão. Para saber transmitir uma idéia relativa a alguma coisa, precisamos saber o que é essa coisa. Precisamos, antes de mais nada, *definir*, dizer o que é aquilo que pensamos. E na busca desta definição, somente a Lógica, a soberana ciência do raciocínio, nos ajudará.

Vejamos rigorosamente atentos este esquema lógico:

1 – Cada coisa no mundo tem uma *idéia* que a representa. A idéia é a simples representação intelectual de uma coisa. Caso essa representação não seja nítida, pouco podemos aprender quanto à coisa por ela representada. A idéia tem de corresponder exatamente àquilo que representa. Não posso ver um gato e dizer que ele me dá idéia de uma lebre.

2 – As idéias são expressas por *termos*. Termo é a representação verbal de uma idéia. O termo ainda é mental, ele cobre a idéia, mas ainda dentro de nossa cabeça, apesar de feito de palavra ou palavras. Quando vejo um “gato preto”, tenho só uma idéia e só um termo dentro da minha cabeça. Quando vejo um lápis de ponta fina, apontado com apontador, tenho só uma idéia e só um termo, embora feito de muitas palavras. As palavras, ou a palavra, sempre expressam um só termo e uma só idéia.

3 – As palavras são expressão oral da coisa, da idéia e do termo. Quando vejo “um gato preto na neve”, deste objeto tenho uma idéia, encimada por um termo. As palavras expressam e comunicam o objeto, a idéia e o termo.

Metafísica oratória...

Aqui devemos fazer um parêntese para o que chamo, não sem certa dose de humor, de metafísica oratória...

A realidade, que nos cerca, é composta de *coisas* (“res”, em latim) e daí deriva seu nome de realidade. Ninguém pode pensar livremente. Só podemos pensar acorrentados à realidade. Tudo pode ser livre – menos o pensamento (Falar em liberdade de pensamento é tolice ou grande desonestidade. Se vejo um macaco, não tenho a liberdade de dizer que estou vendo um homem, nem posso pensar num são-paulino, olhando um flamenguista... Mas como primeiro passo para escravizar os homens a quimeras, nada melhor do que dizer esta mentira: o pensamento é livre...). O pensamento sadio, são, correto, é sempre escravo sem Lei Áurea do mundo da realidade. Pode, entretanto, vingar-se lindamente, transformando a realidade, sob pena de não ser pensamento, e sim delírio ou alucinação.

Os idealistas e seus pais, os racionalistas, encheram o mundo de esquemas irreais, frutos de seus delírios e alucinações. O mundo moderno é triste exemplo do resultado da falta de realismo filosófico. Por esse motivo, precisamos acrescentar este trecho, que é uma chamada ao sadio realismo cristão criador de todas as belezas e maravilhas que ainda persistem na vida humana, como valores imperecíveis do Cristianismo.

Mas, dizíamos, o mundo é feito de coisas, de *objetos*. Estas coisas, que nos cercam, são sentidas por nós pelos cinco sentidos. Os sentidos criam uma imagem das coisas em nossa mente. Prestando atenção a essas imagens, contemplamos o

mundo através de nossos sentidos. Podemos, assim, observar o Universo. E dessas *observações* nasce o *pensamento*, que é a dinamização de observações. A *contemplação* é estática, o pensamento é dinâmico, guiado pela vontade. Sem a intervenção da vontade, não podemos dizer que estamos realmente pensando. Escravo das coisas, quando observa, passa a ser escravo da vontade, quando age. O pensamento é sempre escravo, e poderíamos dizer com alguma propriedade que a Lógica é a prisão do pensamento... Ou, se quisermos outra imagem: a Lógica são os trilhos por que corre a locomotiva do pensamento.

Vamos a um pequeno gráfico ilustrativo:

MUNDO EXTERIOR (ao Homem):

OBJETOS Sensação..... Observação.....Pensamento

MUNDO INTERIOR (do Homem):

IMAGENS Palavra(s).....Sentenças..... DISCURSO

MUNDO DA LÓGICA

IDÉIA..... Termo.....Juízo.....Raciocínio

Como vemos, os objetos nos fornecem *imagens* que chamamos em Lógica de idéias. De “*eidos*”, em grego, igual a *imagem*, de onde a palavra *ídolo*, por exemplo. Essas idéias são representadas por uma ou mais palavras, formando *termos*. O *termo* seria a palavra da Lógica, a unidade usada para os cálculos lógicos...

Quando *observamos* ou contemplamos o mundo, notamos relações entre os objetos e disso fazemos *sentenças*, que são grupos de palavras relacionadas e que têm *sentido*. Aliás, *sentença* vem de *sentido*, significado. Em Lógica, chamamos as *sentenças* de *juízos*.

Após termos a sensação de um objeto, formando dele uma idéia, e após formarmos um juízo, uma sentença, com duas idéias relacionadas por um verbo (indicador de *ação* ou *estado* observados), podemos chegar a um terceiro estágio: o pensamento.

Na última coluna, temos: *pensamento-discurso-raciocínio*. Contemplando o mundo, todos nós teremos de ter um pensamento a respeito dele, quanto ao seu dinamismo, ou seja, seu rumo, desde sua origem até onde pudermos alcançar, no futuro. Podemos não ser tão ambiciosos e nos contentarmos em entender coisas mais simples: por que faz sol? por que chove? por que sinto fome? por que gosto de música? etc.... Ao responder tais perguntas, estarei fazendo um *discurso*, tácito ou não, que, em Lógica chamamos de *raciocínio*. O raciocínio é, sempre, resposta a uma pergunta, explícita ou implícita, clara ou obscura. Não é o mundo que é uma interrogação: nós é que somos interrogações ambulantes...

Vistas as colunas, convém meditar nas fileiras, guardando bem sua sequência: *objetos-sensação-observação-pensamento; imagens-palavra(s)-sentenças-discurso; idéia-termo-juízo-raciocínio*.

E assim, temos de repetir com Aristóteles: “nihil in intellectu quod prius non fuerit in sensu”. Nada existe no intelecto que não passasse antes pelos sentidos. (“Excipe, nihil ipse intellectus”, a não ser o próprio intelecto – acrescentou Leibnitz, pois os primeiros princípios racionais são inatos.)

E podemos prosseguir cheios de fé, agora que já sabemos o “caminho das pedrinhas” ...

Realidade, Lógica & Pensamento

Embora haja relação entre a realidade, os termos e as palavras, convém notar que nem tudo que é lógico é real, e nem tudo que se pode dizer, pode-se pensar.

Nem tudo que é lógico é real: é lógico que dois sacis mais um saci fazem três sacis, mas... – existem sacis? Todo homem é mortal, e Sócrates é homem, portanto, Sócrates é mortal. Raciocínio válido, do ponto de vista lógico. Mas quem jamais provou que todos os homens são mortais? Há inúmeros que ainda não morreram... A Bíblia afirma que Elias ainda não morreu... Ainda mais: a maioria dos homens vive como se nunca fosse morrer... No entanto, o raciocínio acima feito é *válido*.

Validez lógica não quer dizer verdade existencial.

Nem tudo que se pode dizer, pode-se pensar: círculo quadrado, por exemplo. Posso dizer e repetir quantas vezes quiser a expressão círculo quadrado. O que não posso é pensar num círculo... quadrado!

Feitas estas observações oportunas, podemos prosseguir na nossa busca da essência das coisas...

Para finalizar, resta mostrar que tudo que se pode dizer pode ser termo lógico, embora não possa ser pensado. O círculo quadrado pode ser termo lógico na seguinte proposição: O círculo quadrado não existe, ou mesmo, na seguinte: Todo círculo quadrado é triangular... Posso, ainda, construir raciocínio válido logicamente, assim:

Todo círculo quadrado é triangular;

Esta elipse é um círculo quadrado;

Logo, esta elipse é triangular...

Do ponto de vista puramente lógico, tudo está certinho. Há muito filósofo fazendo coisa parecida em livros considerados respeitáveis. Ofendem Deus, o Homem e o Universo, mas... respeitam a Lógica!

A Lógica e as crianças

Quase todos nós temos a ilusão de que somos bons observadores. Quando, entretanto, nosso filho de cinco anos nos pergunta: “Papai, que é cadeira?, o mais que fazemos é dizer: “É um objeto de quatro pernas”. Rimos da criança quando passa a chamar a *mesa de cadeira*, mas o riso deveria ser voltado contra nós mesmos. A criança foi lógica. Raciocinou: se todos os objetos que têm quatro pernas são cadeiras, também a mesa, a poltrona, a geladeira e as escadas em “V” invertido são cadeiras... Não está lógico? E quem merece indulgente compreensão: a criança, ou o adulto que não *definiu* cadeira?

A Lógica nos ensina, numa simples frase, tudo que é preciso para definir as idéias. Definir, lembramos, é penetrar na essência das coisas, ou seja, dizer o que as coisas são *mesmo*. A frase-guia para as definições perfeitas foram guardadas em latim pelos antigos escolásticos: a definição deve convir “omni et soli definito”. A definição lógica deve aplicar-se a *todo* o definido e *somente* a ele.

Quando digo que o *homem* é o animal que faz poesias, não estou definindo *todo* o homem, pois muitos não conseguem nem apreciar um belo poema. Se disser ainda que o *homem* é animal de duas pernas, também estou pecando contra a Lógica – não porque existam pernetas, mas porque as galinhas e as emas também são animais de duas pernas. A definição pode estar certa, por *convir a todos os homens*, pois os pernetas não são homens de uma só perna, mas homens que perderam *uma* de suas *duas* pernas, o que é muito diferente. A definição não está certa porque não convém somente ao homem. Aplica-se a mais seres também. Se é válida “omni definito”, não é válida “soli definito”.

O galo de Platão

Durante muito tempo, os gregos se preocuparam com a definição de *homem*. Após haverem abandonado a definição animal bípede, por convir às aves também, continuaram a pesquisa. Platão, o grande, julgou ter encontrado a definição perfeita quando assim a enunciou: Homem é um bípede implume.

A Grécia inteira ficou deslumbrada com a descoberta. Platão havia definido *o homem*!

Numa das muitas reuniões, em que os ouvintes atentos, em semicírculo, escutavam o mestre discorrer sobre o homem e sobre a definição já famosa, aconteceu algo inesperado. Diógenes, o cínico, sem ser convidado, comparece. Quando Platão afirma ser o homem um bípede implume, retira de sob a túnica um galo depenado e o joga no meio da roda exclamando: “Eis o *homem* de Platão!”

O riso incontido da assistência marcou o fim da célebre definição que peçou, apenas, por não convir somente ao definido...

Em nosso Curso Prático Intensivo Para Falar em Público, nas aulas ministradas em Campinas, São Paulo, costumávamos depenar o galo. Um dos alunos levantava-se e definia algum objeto. À assistência competia mostrar que sua definição não convinha ou a todo o definido ou, então, apenas ao definido. O passatempo acabava constituindo-se num economiza-tempo, pois toda vez que alguém começava a meditar, lembrava-se de definir seus termos e, logo em seguida, procurava depenar esse galo. Se a definição resistia à depenação, podia prosseguir confiante. Era definição *mesmo*!

Outro exercício mental muito interessante, chamava-se *divisão lógica*. É, de certa forma, o processo inverso da definição. A definição procura analisar a compreensão de uma idéia. A divisão analisa sua *extensão*. Isto é: a divisão procura mostrar quantos tipos de seres estão contidos na idéia expressa.

Se eu digo, por exemplo, animal, pergunta-se: quantos tipos de animais existem? Como iremos dividir logicamente esta idéia? Podemos, logo de início, classificar os animais em vertebrados e invertebrados. Se quisermos prosseguir, iremos ver que os vertebrados apresentam cinco subdivisões: peixes, batráquios, répteis, aves e mamíferos. Podemos ainda tomar cada uma dessas subdivisões e tornar a dividi-las. A propósito, seria interessante abrir uma História Natural e reler o índice da Zoologia... Veremos então que subdividir as subdivisões não é assim tão fácil como parece. Muitos anos custou ao homem organizar as plantas e os animais em classes que se não confundam. Se lembrarmos que existem seres que poderiam deixar os cientistas em dúvida, não quanto à subdivisão dos animais em que deveriam ser classificados, mas *se* devem ser considerados animais ou... vegetais... então entenderemos bem que *dividir* é tão difícil como *definir*.

Por isso, disse Sócrates certa vez: “Se encontrasse um mestre que soubesse perfeitamente definir e dividir, seguir-lhe-ia as pisadas como a um deus! ...”

A árvore de Porfírio

Porfírio, filósofo neoplatônico, criou uma classificação das idéias baseada na extensão decrescente e na compreensão crescente. Essa classificação chamou-se a Árvore de Porfírio e nos ajuda bastante a entender o mecanismo da definição lógica. Ei-la:

SUBSTÂNCIA:

Incorpórea – Deus, Anjos, Espíritos, etc.

Corpórea (CORPO): Inanimados – Astros, Planetas, Minerais, etc.

Animado (VIVENTE): Insensitivo – Vegetais

Sensitivo (ANIMAL): Irracional (Peixes, Moluscos, Mamíferos, etc.)

Racional (HOMEM): (Sócrates, Platão, Aristóteles, César, etc.)

Porfírio usou o velho processo da dicotomia (dividir em dois). É o processo mais simples quando se pesquisa em caminho preestabelecido. No presente caso, partiu-se de “substância” para chegar aos “homens” individuais, como Platão, Aristóteles ou Sócrates. Não é o mais fácil quando se pretende esgotar um campo do saber. Há campos em que a tricotomia se impõe, como, por exemplo, o da Filosofia, com sua apreciação de Deus, do Homem e do Universo.

Notem que o gênero supremo (substância) se divide em duas espécies (incorpórea e corpórea). A espécie corpórea, por sua vez, passa a ser gênero das espécies “inanimado” e “animado”. A animação é a diferença entre essas duas espécies, ou seja, é a chamada diferença específica. Se queremos, por exemplo, definir *vivente*, basta dar o gênero próximo e a diferença específica. Assim, *vivente* é o *corpo* (substância corpórea) animado. Se queremos definir Homem, basta dizer: animal racional. Animal é o gênero próximo; racional é a diferença específica.

Como vemos, uma divisão bem-feita já traz em si a definição de cada idéia nela contida.

Observando a árvore de Porfírio, vemos que é muito fácil definir *corpo*, *vivente*, *animal* e *homem*. *Corpo* é a substância (gênero próximo) corpórea (diferença específica). *Vivente* é o corpo (gênero próximo) animado (diferença específica). *Animal* é o vivente (gênero próximo) sensitivo (diferença específica). *Homem* é o animal (gênero próximo) racional (diferença específica).

Continuando nossa observação, verificamos ainda que se não podem definir quer substância, quer Platão, Sócrates, etc. De fato, o gênero supremo (no caso, substância) não pode ser definido. E não pode por não ter acima de si gênero algum onde se possa incluir, e, conseqüentemente, não é espécie, logo não tem diferença específica... O mesmo, inversamente, dir-se-ia dos indivíduos (in = não; dividido = divisível): tendo extensão mínima, têm, conseqüentemente, compreensão vastíssima, podendo quando muito serem descritos, mas nunca completamente. Por isso se dizia na Idade Média: “omne individuum ineffabile” ...

Experimente o aprendiz de meditador a definir coisas. Diga, por exemplo, o que é mesa, manivela, sapato, garrafa, etc. Verá que nem os dicionários conseguem dar as definições lógicas perfeitas. Sempre, aplicando a chave do “omni et soli definito”, iremos encontrar defeitos de definição até nos melhores dicionários.

A hora de pensar é *antes* de sentar para escrever.

Não pense *no* que vai escrever,

mas... escreva *o que* pensou.

É impressionante como há pessoas que se abalançam a dar opiniões sobre o divórcio, sem terem noção nem do que é casamento. Outros, discutem o imposto sobre a renda, sem saberem nem o que é imposto, nem o que é renda. E depois se aborrecem quando aparece alguém e fura seu balão cheio de ar...

O futuro comunicador terá grande vantagem em procurar definir seus termos, antes de começar a escrever ou falar. E isso é meditação pura: pensar, procurando um alvo bem definido: - a essência das coisas.

A contradição ajuda

A contradição como ponto de partida é tão louvável quanto condenável como ponto final. Descobrir contradição no final da leitura é desprezar o autor. Pensar sobre a contradição inicial, apresentada pelo escritor ou orador, é admirá-lo quando a desfaz, afinal.

A contradição é recurso mágico contra a esterilidade mental. Tem ainda a vantagem de interessar vivamente a destinação por estabelecer, com ela, um como que diálogo. Jean Guittou, no seu excelente “Le Travail Intellectuel” diz, referindo-se ao método de argumentação “a contrariori”:

“3º A argumentação “a contrariori” consiste em introduzir uma objeção, desenvolvê-la com vigor e discernir em seguida:

- a) a parte de verdade, aparente ou secundária, que contém.
- b) a parte de erro.”

E mais adiante prossegue:

“A argumentação ‘a contrariori’ é, às vezes, a mais cativante para o leitor e a mais fecunda para o autor. Põe em jogo a fineza da mente e ajuda a traçar a linha delicada que separa o que nos parece justo do que nos parece falso. Permite até fazer surgir o justo do falso, quero dizer: a parte de verdade que a nosso juízo existe na idéia de nosso adversário.”

Ernest Dimnet, na famosa obra “A Arte de Pensar” também recomenda a contradição como ajuda à inspiração. Diz ele na terceira parte do seu livro, a que trata dos “auxílios para o pensamento”:

“Se estivermos diante da folha em branco e lançarmos em colunas diversas os argumentos a favor e contra a idéia que nos ocorreu, a luz se faz imediatamente. Ou nos salta aos olhos a evidência de alguma consideração ou, o que seria ainda mais notável, percebemos a necessidade de pedir conselhos acerca deste ou daquele ponto. Mas pedir a quem? Não regresse [sic] à ilusão de apenas ter intenção de pensar num possível conselheiro. Tome outra folha e comece a registrar os prós e contras com relação às pessoas que estariam em consideração. Instintivamente, todas essas folhas serão guardadas num mesmo envelope.

Teremos então um dossiê, igual, sob todos os aspectos, aos que modelam os destinos de impérios.”

A Suma Teológica, de São Tomás de Aquino, é, inteiramente feita de contradições ordenadas, como ponto de partida. Quando S. Tomás vai examinar uma idéia, apresenta argumentos *a favor e contra a mesma*. Pesando cuidadosamente os dois lados da questão, chega à conclusão. Suas conclusões são sadias e honestas, pois não recusaram o combate firme à contradição. O pensamento que passou pela contradição é pensamento experimentado e provado.

A contradição, na “Suma Teológica”

Vejamus uma amostra da Suma Teológica e seu método de contradizer a verdade que se pretende provar. Tomemos na Secunda Secundae a Quaestio LXXXI, Articulus II, “Utrum Religio Sit Virtus”, 2 2. q. 81 2. o., (Se a Religião É Uma Virtude, todo o artigo segundo da questão 81 na segunda parte da segunda parte):

Art. II – Se a religião é uma virtude

O segundo discute-se assim. – Parece que a religião não é uma virtude.

1. – Pois parece que à religião pertence prestar reverência a Deus. Ora, reverenciar é ato de temor, que é um dom, como do sobredito resulta.

2. – Demais. – Toda virtude consiste na vontade livre, sendo por isso chamada *hábito eletivo* ou *voluntário*. Ora, como se disse, à religião pertence a latria, que implica uma certa servitude. Logo, a religião não é uma virtude.

3. – Demais – Como diz Aristóteles, nós temos por natureza a aptidão para a virtude; por onde, o que respeita às virtudes constitui ditame da razão natural. Ora, à religião pertence *realizar as cerimônias próprias à natureza divina*. Mas o que respeita às cerimônias, não constituindo ditame da razão natural, como já se disse, conclui-se que a religião não é uma virtude.

Mas, *em contrário*, a religião está enumerada entre as outras virtudes, como resulta do que já foi dito.

Solução. – Como já se disse, *a virtude torna bom quem a tem e boa a sua obra*. Logo, é necessário admitir que todo ato bom pertence à virtude. Ora, é manifesto que pagar o devido é obra por natureza boa; porque quem o faz observa a ordem devida para com aquele a quem deve, quase como convenientemente ordenado para ele. Ora, a ordem como o modo e a espécie, implica à noção de bem, conforme está claro em Agostinho. Logo, pertencendo à religião prestar as honras devidas a alguém, que é Deus, é manifesto que ela é uma virtude.

Donde a resposta à primeira objeção. – Reverenciar a Deus é um ato do dom do temor. Ora, à religião pertence praticar certos atos para reverenciar a Deus. Donde não se segue que a religião seja o mesmo que o dom do temor, mas que se ordena para ele como para algo de mais principal; pois os dons são mais principais que as virtudes morais, como já se estabeleceu.

Resposta à segunda. – Também o servo pode pagar voluntariamente ao senhor o que lhe deve; e assim faz da necessidade virtude, pagando de livre vontade o que deve. E, do mesmo modo, servir a Deus, como devemos, pode ser ato de virtude, enquanto que voluntariamente o fazemos.

Resposta à terceira. – O ditame da razão natural exige que o homem faça certos atos para reverenciar a Deus. Mas não exige o ditame da lei natural, senão que é instituição de direito divino ou humano, que faça determinadamente tais coisas ou tais outras.

As objeções ou contradições despertam o espírito. São como a vara com que se espicaça a onça dentro da toca. A mente se transforma em felino e salta para a luz do pensamento criador, agressivamente. A contradição provoca como que uma revolta do pensamento, ou indignação mental que protestará contra as absurdas afirmações contrárias e começará a defender eloquentemente seu ponto de vista. Contradiquem corajosamente seu modo de pensar, seus preconceitos ou suas crenças mais caras e verão que o pensamento acorda, como cobra cutucada.

Muita gente que jamais diria duas palavras sobre a grandeza do Brasil e o valor de seus filhos, estimulou-se e ficou eloquente quando alguém afirmou ser nossa Pátria republiquinha ridícula de sub-homens macaqueadores! O próprio leitor poderá começar daqui seu primeiro exercício de meditação. Somos essa republiqueta, ou não? E se, na verdade, honestamente, formos mesmo? ...

Portanto, a contradição é processo fertilíssimo para exercitar a meditação. E, sem meditação, não haverá mensagem a ser transmitida, seja discurso ou escrito.

Terminamos, repetindo: falar ou escrever bem é – pensar bem!

Palavras não nos faltam, faltam-nos ideias!

*

A matéria que segue é para ser encaixada nas aulas acima:

Curso de Oratória A Arte de Falar em Público ou a Habilidade de Falar em Público?

Autor: Professor Henrique Sousa Silva- mestrando em Linguística-UFC
Revisora: Karina Aragão de Siqueira-doutoranda em Linguística-UFC

2012

SUMÁRIO

Uma breve história da oratória.....	3
1ª Parte - A boa oratória e seus atributos.....	4
– Credibilidade.....	6
vozes.....	10
rítmico.....	19
gestual.....	22
paralinguística.....	27
2ª Parte- Técnicas de apresentação e as circunstâncias especiais	Capítulo
6– Planejando apresentações.....	28
7 -- Recursos audiovisuais.....	31
8– Técnicas de apresentação.....	33
9 –Falas circunstanciais.....	35
Conclusão.....	37
Referências.....	38

Uma breve história sobre oratória

Foi em Siracusa que nasceu a arte da oratória. Na antiguidade, Siracusa foi a maior e mais importante cidade da Sicília. Entre as ruínas arquitetônicas, contam-se um teatro grego, um anfiteatro romano, o altar-mor de Híeron II e a cidadela do século IV a.C.

O primeiro manual sobre a retórica surgiu nesta cidade no século V antes de Cristo. Este manual foi escrito pelos siracusanos Córax e seu discípulo Tísias. Corax escreveu a obra para orientar os advogados que se propunham a defender causas de pessoas que desejavam reaver seus bens e suas propriedades tomados pelos tiranos.

Existe uma anedota sobre o aprendizado de Tísias. A história conta que Tísias se recusou a pagar as aulas ministradas pelo seu mestre Corax alegando que, se fora bem instruído pelo mestre, estava apto a convencê-lo de não cobrar. Se este não ficasse convencido, era porque o discípulo ainda não estava devidamente preparado, fato que o desobrigava de qualquer pagamento.

A civilização grega tinha em alta consideração os homens que dominavam a arte da oratória. Aristóteles, discípulo de Platão, escreveu as bases da oratória

em seu famoso tratado intitulado: A ARTE DA RETÓRICA , Aristóteles não fazia discursos, apenas escreveu sobre o assunto.

DEMÓSTENES (384 aC.- 322 aC.) ficou famoso, pois tornou-se o mais eloquente orador da Grécia. Superou suas dificuldades naturais, pois era gago. Conta-se que Demóstenes corria contra o vento recitando versos e colocava pedras na boca para aperfeiçoar sua dicção. Sua vida como orador e político foi dedicada à defesa de Atenas (atual capital da Grécia) que se via ameaçada por Filipe II da Macedônia. Contra o líder

macedônio, o orador escreveu inúmeros discursos que ficaram conhecidos como, por exemplo, Fílicas 341 aC. O objetivo era conclamar os cidadãos atenienses e reunir forças contra a Macedônia antes que fosse tarde demais. (Fonte: www.artedefalar.tripod.com/id5.html).

Demóstenes (384 a C. -322 aC.)

1ª Parte – A boa oratória e seus atributos.

Introdução

Por que se tornar um orador?

Raramente uma pessoa ficaria interessada em dominar a oratória se não estivesse consciente dos benefícios que a sua vida teria ao se dedicar ao aprendizado e ao aperfeiçoamento da arte de falar em público. Considerando que, como aspirante a orador, você precisará enfrentar situações de pressão e até de nervosismo, como na dinâmica das situações em que falará em público, não será difícil deduzir, já neste início de curso, os motivos que o levariam a estudar essa arte tão fascinante para tornar-se uma pessoa que sabe usar bem a palavra em público.

A campeã mundial de oratória pela JCI (Junior Chamber international), sra. Lena Souza assegura, em entrevista à RBS-TV, que: “as pessoas mais influentes do mundo são as mais comunicativas”. Isso é notório, haja vista o presidente americano Barack Obama, considerado pelos americanos como um exímio orador. Além deste, poderíamos elencar uma lista com uma série de outros oradores extremamente influentes no Brasil e no Mundo, mas este não é o propósito aqui.

O que, de fato, nos chama a atenção é que a oratória sempre foi e, muito provavelmente, sempre será uma ferramenta que pode promover ascensão social em várias dimensões, sejam elas profissionais, políticas e outras.

Além disso, a aquisição da boa oratória pode nos conduzir a aprofundar o conhecimento de si mesmo, tornando-nos pessoas melhores, mais humanas e abertas a novas ideias e horizontes.

É a partir do conhecimento dos atributos dessa arte maravilhosa, das técnicas e do treinamento amiúde dessas técnicas que podemos alcançá-la.

Os atributos mais importantes para que você domine a oratória são:

- a credibilidade; a voz; o vocabulário; a expressão corporal; a aparência.

Capítulo 1

A credibilidade

Muitos políticos reconhecem que sua classe não é lá muito acreditada, por isso, sabem que, se quiserem ter alguma chance de vitória, precisarão investir na conquista da credibilidade. Daí para frente, todo o esforço para desenvolver e aprimorar a comunicação, passando pela estrutura da fala, organização dos recursos de apoio, uso adequado da voz, da expressão corporal e até da escolha das palavras para compor o vocabulário mais apropriado, terá como principal objetivo a conquista da credibilidade.

Calma! Este curso não foi preparado para formar o político, mas sim o orador, este que estará preparado para falar bem em público independentemente de fatores políticos em questão. Não podemos nos esquecer de que, hoje, a oratória é de fundamental importância não só para o político, mas para todos os que querem melhorar sua própria vida na sociedade atual.

Utilizamos os políticos como exemplo porque são eles os que mais aparecem nos rádios e televisões e, por isso, tornam-se uma importante fonte de estudos sobre a oratória. Podemos até aprender bastante, a partir de seus acertos e erros, sobre a arte falar em público.

Enfim, sabemos que o atributo credibilidade não é responsável apenas pelas conquistas ou fracassos dos políticos: ela pode determinar os rumos da sua carreira e até o resultado de seus relacionamentos pessoais. Portanto, o seu grande objetivo como orador deve ser transmitir uma informação de tal forma que ela seja aceita pelos ouvintes.

Assim, saiba que você só conseguirá convencer ou persuadir se transmitir credibilidade em sua maneira de falar. Fica evidente que a credibilidade é um dos fatores fundamentais para o sucesso da comunicação. Por isso, é importante saber quais os requisitos para conquistar a confiança das pessoas, construir sua reputação como orador que inspire respeito, credibilidade e fazer com que a mensagem seja aceita sem resistências.

Para que você conquiste credibilidade, falando dentro ou fora dos parlamentos, precisará de pelo menos seis requisitos fundamentais:

□ Naturalidade: a mais importante qualidade da oratória. Não existe técnica em comunicação – por mais elaborada que seja – mais relevante que a naturalidade. Você precisa ser um orador natural e espontâneo. Agora, veja: ser natural, no entanto, não significa, por exemplo, levar para o auditório os erros e as negligências da comunicação deficiente, como a pronúncia incorreta das palavras.

□ Emoção e envolvimento: além da naturalidade, você precisa falar com disposição, com energia, com envolvimento, com emoção. Como convencerá o público se nem mesmo você mostrar interesse no que diz? Revele sua emoção no entusiasmo com que abraça o seu discurso.

Gerry Spence, advogado americano que, em mais de quarenta anos, nunca perdeu uma única causa criminal, diz em sua obra *Como argumentar e vencer sempre* (1995) o seguinte:

”Concentradas em seus sentimentos, as pessoas que estão dizendo a verdade falam com o coração, que é incapaz de compor precisamente o raciocínio linear de um cérebro laborioso. E ao ouvir o que é expresso pelo coração, o ouvinte também é levado a ouvir com o coração.”

□ Imagem bem construída: na política pode haver a possibilidade de uma gama de marqueteiros trabalhando para a construção da imagem do político perante a sociedade. O orador, por sua vez, deve estar ciente que, independentemente de marqueteiros, ele tem que gerenciar seu próprio marketing pessoal, construindo e preservando a boa imagem, ancorada na honestidade, na justiça, no respeito, na honra, na ética, bem como em todos os bons valores sociais e individuais.

□ Conhecimento e autoridade sobre o assunto: a sua credibilidade como orador está intimamente relacionada ao conhecimento que você demonstra ter sobre o assunto pela forma como se expressa. Empenhe-se para ter muito mais informações do que aquelas que você necessitará em sua exposição. Leia, estude, pesquise, se possível - entreviste outras pessoas mais experientes que já tratam do tema de sua exposição. Prepare-se com antecedência e durante o maior tempo possível sobre a ideia que irá defender em seu discurso. Prepare-se da melhor maneira que puder para fazer a apresentação. Ensaie todos os detalhes, teste os equipamentos que pretende utilizar, enfim, não deixe nada ao acaso.

□ Confiança: a confiança em si mesmo instala-se quando superamos a barreira do medo. De acordo com Lena Souza (2011), ”a fisiologia do medo é caracterizada por uma descarga de adrenalina que pode fazer as pernas tremerem, as mãos suarem, o coração bater mais forte etc. E diz ainda que: ninguém perde medo e, sim, o vence. E o medo é como o sal, na dose certa, ele nos é muito importante, inclusive essa adrenalina do medo pode ser convertida em favor do orador.”

Então, como vencer o medo de falar em público, como convertê-lo em algo favorável?

Antes de respondermos a essa pergunta, vale atentar para o fato de que as pessoas, na verdade, não tem medo de falar em público, elas têm medo é de errar em público e, conseqüentemente, sentirem-se ridicularizadas por isso.

Considerando isso, é fundamental observarmos, primeiramente, todos os requisitos da credibilidade que temos falado até aqui, sobretudo, o conhecimento do assunto a ser abordado pelo orador. Isso confere mais segurança ao orador.

Enfim, continuando a resposta da pergunta, uma grande técnica utilizada por muitos oradores é a de não iniciar a palestra indo logo ao assunto. Geralmente, os grandes oradores iniciam sua palestra tentando conquistar o público, elogiando ou valorizando a plateia. Também, neste momento, articulam comentários ligados a fatos importantes ocorridos no dia ou próximo ao dia de sua palestra, no intuito de chamar mais atenção da plateia. Enquanto faz isso, o medo vai sendo vencido, a descarga de adrenalina vai diminuindo e o orador utiliza a nova sensação como fonte de energia positiva para a emoção com a qual pretende envolver a plateia. Esse ponto será retomado quando falarmos da apresentação. (detalhe: inserir vídeos de oradores iniciando seu discurso)

Além das técnicas já comentadas aqui para vencer o medo de falar em público, há, também, outras duas de grande relevância: 1 – Pratique e adquira experiência. Aproveite todas as oportunidades para falar em público, dentro ou fora do parlatório. Tome a iniciativa de falar, faça perguntas nas palestras a que assistir, aceite convites para expor trabalhos universitários, apresentar oradores, dar avisos, enfim, sempre que tiver chance de falar em público, mesmo que se sinta constrangido, vá em frente e fale. Você precisa de prática para ter segurança para combater o medo.

2 – Identifique suas qualidades. Nós temos, geralmente, muita competência para identificar nossos defeitos, mas dificilmente conseguimos enxergar nossas qualidades. Por isso, aprenda a conhecer suas qualidades. Veja se você tem boa voz, bom vocabulário, boa expressão corporal, presença de espírito, humor, raciocínio bem ordenado, enfim, descubra suas qualidades de comunicação e, a partir delas, encontre segurança para falar. Coerência: a coerência está diretamente ligada à concatenação lógica do discurso, ou seja, a articulação da sequência de ideias veiculadas no discurso. O orador não pode desenvolver um discurso em que comece com a defesa de uma ideia e, depois, um pouco mais a frente, argumente negativamente contra essa mesma ideia. Isto é, no mínimo, um grave erro de incoerência. Cuidado, pois as pessoas, depois de passarem muito tempo falando, podem perder a clareza do que estão dizendo, em virtude do cansaço, e, por consequência, podem ser mal interpretadas. Portanto, a clareza no que se diz deve acompanhar a coerência lógica das ideias veiculadas no discurso, ainda que este seja demorado. A prática de boas leituras é um bom exercício de treinamento da coerência.

Capítulo 2 A voz

No estudo da voz serão analisados os seguintes itens:

- A voz do orador; O funcionamento do aparelho fonador; A boa pronúncia das palavras; O sotaque; O uso do microfone.

A voz do orador

Para se tornar um bom orador, uma bela voz pode ser uma característica muito importante, porém a bela voz não se constitui como uma condição necessária. Haja vista o maior orador da história, Demóstenes, que, inclusive era gago. Como temos visto até aqui, há uma série de outros fatores que caracterizam a boa oratória e que estão para além de uma estética da voz.

Grosso modo, não é só pessoas com voz bonita que podem se tornar bons oradores. O que, de fato, é fundamental no uso da voz pelo orador reside na boa articulação das palavras em consonância com a boa articulação do discurso inteiro. Esta habilidade pode ser adquirida com treino.

Em casos muito graves de dicção, recomenda-se a consulta ao profissional da fonoaudiologia, que possa tratar do caso em questão. No mais, há problemas de dicção que não implicam necessariamente no discurso do orador, desde que ele esteja

consciente de sua dicção e a tenha treinado e exercitado, com o objetivo de não permitir que ela comprometa a mensagem. Para melhorar o domínio e a consciência da própria voz é importante conhecê-la melhor.

Geralmente, as pessoas não gostam da própria voz ao ouvirem-na produzida em uma gravação. Quando uma pessoa ouve sua própria voz gravada, além de não gostar, estranha tanto o som que costuma até afirmar que não é ela quem está falando, ou, ainda, chega a colocar em dúvida a qualidade do gravador.

Essa opinião ocorre porque, quando falamos, escutamos o som da voz dentro da cabeça com toda a ressonância produzida pelos ossos. Entretanto, as outras pessoas e, obviamente, o gravador captam a vibração de uma onda de ar, isto é, um som diferente do que estamos acostumados a ouvir. Com o tempo, a pessoa vai se familiarizando com o som da própria voz gravada e passa a aceitá-la com naturalidade.

O funcionamento do aparelho fonador

O aparelho fonador e respiratório completo.

O ar expirado dos pulmões passa pela traqueia até chegar à laringe, onde o som é produzido.

As pregas vocais (popularmente conhecidas como cordas vocais), localizadas na laringe, possuem papel preponderante na produção da voz. São duas as pregas vocais utilizadas na fonação, constituídas de músculo e mucosa.

O som produzido pelas pregas vocais ressoa então pela faringe (a laringe também participa desse processo, pois, com a passagem do ar, as pregas se aproximam e vibram, produzindo um som primário, pela cavidade bucal e nasal).

Finalmente, entra em funcionamento a última parte do aparelho fonador – os articuladores. Depois que o som ressoa, ele é articulado para a formação das palavras. Participam do processo de articulação os palatos (palato mole, localizado na parte posterior da boca, e palato duro, à frente), a língua, os dentes, os lábios e a mandíbula.

Pronuncie bem as palavras

Tenho observado que, quase sempre, as pessoas pronunciam as palavras de forma incompleta por simples hábito ou negligência. Como são compreendidos pelos familiares, amigos e por outras pessoas de seu relacionamento mais próximo, acomodam-se e passam a omitir sons de sílabas e até de palavras inteiras.

Pronuncie bem as palavras, dessa forma, você atingirá dois objetivos: será mais bem compreendido e aumentará sua credibilidade. Para atingir este objetivo, observe estas dicas de exercícios para melhorar a pronúncia das palavras:

1. Colocar um obstáculo na boca (dedo, lápis ou outros) e ler um texto, procurando articular as palavras da melhor forma que puder.
2. Prenda o obstáculo entre os dentes sem imprimir muita força, apenas o suficiente para que ele não escape.

Ficou famoso o caso de um governador de São Paulo que, desejando resolver rapidamente seu problema de dicção, fez com tanta força exercícios com um lápis na boca que acabou quebrando um dente.

Faça o exercício todos os dias, de dois a cinco minutos, com o auxílio de textos de jornais, revistas ou livros e de um gravador. É mais importante que você faça por pouco tempo todos os dias do que se dedicar por horas a fio apenas de vez em quando.

Em língua portuguesa, os sons que as pessoas mais suprimem quando estão descontraídas são o do ‘r’ e o do ‘s’ no final das palavras. Exemplo: a palavra ‘bar’ geralmente é pronunciada sem o ‘r’, como se fosse bá. A palavra ‘mesas’ também quando pronunciada, muitas pessoas acabam falando as mesa, e assim segue o costume. Quando repetimos hábitos cotidianos como esses diante de uma plateia, ela pode não nos compreender bem. Portanto, procure pronunciar bem todas as palavras, sobretudo, o r e s finais.

Além dos exercícios já comentados, um outro excelente consiste em fazer uma relação de substantivos com terminações em ar, er, ir e or e uma outra relação com os verbos na mesma terminação. Como ‘r’ final dos substantivos é mais fácil de ser pronunciado no costume dos brasileiros, gradativamente o exercício irá gradativamente lhe proporcionar habilidade semelhante para pronunciar o ‘r’ final dos verbos.

Exemplo:

Substantivos verbos terminados em ar terminados em ar Mar falar Gilmar
julgar Lugar ganhar Bar processar Pomar participar

Ainda em se tratando de pronúncia, devemos atentar para o volume de voz, que deve se ajustar de acordo com as circunstâncias, e para a velocidade com que pronunciamos as palavras, que não deve ser nem tão rápido nem devagar.

O orador deve controlar o volume e a velocidade da voz, sintonizando-os de acordo com as circunstâncias, sem agredir o seu modo de ser e sempre pautado pela naturalidade de sua fala.

O que fazer com o sotaque

Antes de falar sobre sotaque, observemos o seguinte:

O linguista Marcos Bagno (1997) assegura que o uso de uma “língua” diferente nem sempre pode ser considerado um erro de português. Isso quer dizer que todos passam por situações informais no nosso cotidiano em que não falaremos de acordo com a norma culta defendida pela gramática tradicional, por exemplo, conversa

em família, com os amigos. No entanto, devemos atentar, ao falarmos em público, para o uso da norma culta da língua portuguesa, já que se trata de uma situação formal.

Não nos esqueçamos de que a norma culta da língua portuguesa é aquela ensinada nas escolas, nas universidades e defendida pela gramática tradicional com o objetivo de uniformizar o uso da língua. Esta uniformização da língua pos-

sibiliza, assim, as relações de pessoas em situações formais como um advogado diante de um juiz, um recado para um chefe, uma certidão de casamento, um estudante fazendo um concurso, entre outras. Imagine se todo mundo escrevesse do jeito que quisesse? Possivelmente, haveria muito desentendimento e mal-entendidos entre as partes envolvidas.

Agora, o sotaque:

O sotaque pode ser entendido como um conjunto de marcas sonoras que caracterizam o uso da linguagem de uma determinada região, ou comunidade de fala. Por exemplo: o ‘s’ final das palavras é pronunciado pelos cariocas com um som diferente do utilizado pelos paulistas. Grosso modo, o ‘s’ final dos cariocas é chiado, enquanto o dos paulistas é mais sibilado.

Muitas vezes as pessoas não tem consciência de seu sotaque e nem mesmo da influência da cultura local em seu jeito de pensar e de falar. Outras pessoas, de outras regiões, podem reconhecer e identificar, através de seu sotaque e da forma como você usa a língua, as influências da cultura de sua terra natal no seu jeito de falar e de pensar.

Mas isso não é motivo para se preocupar tanto. O sotaque não constitui necessariamente um problema para oratória, desde que não comprometa a pronúncia das palavras, tornando-as ininteligíveis.

Antigamente, muitos cursos de oratória recomendavam ao aluno a mudança de sotaque, pois viam o sotaque de determinados locais de forma preconceituosa. Isso

decorria de uma visão etnocêntrica, que é aquela em que julgamos todas as sociedades e culturas baseadas nos valores, costumes e normas da nossa própria sociedade.

Hoje, com o avanço da linguística, ou seja, a ciência da linguagem, novas visões em torno do sotaque foram construídas e, com base nisso, podemos afirmar que a mudança de sotaque não é mais recomendada. Ademais, a mudança forçada do sotaque pode gerar um efeito de artificialidade.

O orador nordestino não precisa usar sotaques do sul, ou do sudeste, e vice-versa; na verdade, ele pode preservar seu sotaque nos discursos, pois isto facilita a naturalidade de sua fala, que, como vimos, é de extrema importância para a credibilidade. Por outro lado, o orador deve procurar conhecer melhor seu sotaque e a influência de sua cultura local no seu jeito de pensar e de falar. Deve também sondar se seu sotaque suprime ou enfatiza demais determinados fonemas das palavras, prejudicando a compreensão. Com isso, não advogamos aqui a mudança de sotaque, porém a observância do poder de supressão ou de ênfase desse sotaque que, dependendo do seu grau, dificultaria a compreensão por pessoas de sotaques diferentes.

Os exercícios de que falamos anteriormente são ótimas ferramentas para a pronúncia, o que, por sua vez, ao serem praticados, refletem-se no equilíbrio do poder de supressão ou de ênfase do sotaque.

Como usar bem o microfone

Ao aprender a usar corretamente o microfone, você aproveitará o seu potencial e o transformará em ótimo colaborador para a sua voz e para sua comunicação.

Cada tipo de microfone tem sua sensibilidade e requer uma distância apropriada da boca para ser bem aproveitado. De maneira geral, não deixe o microfone muito baixo, porque dessa forma ele não captará convenientemente o som da sua voz. Por outro lado, se o deixar muito próximo da boca, além de “estourar” o som, ele poderá se transformar em obstáculo entre você e o público, impedindo que os ouvintes vejam o seu semblante.

Como foi dito, cada microfone deve ser usado a uma distância apropriada, mas, como orientação geral, é necessário ser mantido o microfone a uns dez centímetros da boca. A partir desse ponto, você irá se aproximar ou se afastar, de acordo com a sensibilidade.

Observe os seguintes itens relacionados ao uso do microfone:

- Como usar microfones colocados em pedestais; Como segurar o microfone; Como usar microfones de lapela.

Microfones colocados em pedestais

Os microfones colocados em pedestais, apesar de antigos, ainda são muito usados. Seus suportes, de maneira geral, possuem três mecanismos de ajuste: dois para

levantar ou abaixar a haste e regulá-la de acordo com a altura do orador e outro, no próprio local onde eles são encaixados, para posicioná-los com facilidade na distância mais apropriada da boca.

Os pedestais de mesa ou usados nos tribunais normalmente possuem uma haste flexível, que permite o melhor posicionamento do microfone quando a dobramos para frente ou para trás. No caso de a haste ser rígida, tome o cuidado de trazer todo o pedestal para perto de você.

Sempre que tiver oportunidade, treine como os mais diversos tipos de pedestais de microfones disponíveis a fim de não se atrapalhar quando precisar usá-los. A sua segurança para se comportar diante desses mecanismos poderá conquistar pontos positivos diante da plateia.

Como segurar o microfone

Os cuidados para segurar o microfone são os mesmos que se recomendam quando colocados em pedestal.

Ao segurá-lo, faça do seu braço uma espécie de pedestal. O braço cuja mão segura o microfone ficará imóvel, para que este não se afaste da boca e possa captar bem o som, enquanto o outro estiver sendo utilizado para a gesticulação.

Não se comporte como alguns oradores que, ao optarem por segurar o microfone, no entusiasmo de sua exposição se esquecem do aparelho e acabam

usando os dois braços para gesticular, impedindo, assim, que as pessoas ouçam as palavras.

Para posicionar bem o microfone, basta estender o braço ao longo do corpo e, em seguida, dobrá-lo, levantando a mão para que se aproxime da boca. Dessa forma, você encontrará a distância apropriada.

Microfone na lapela

O microfone de lapela é outro tipo útil e o mais indicado, sobretudo quando você precisar ou puder se movimentar na frente do público. Esses pequenos microfones, que, em sua maioria, possuem grande campo de ganho, captam o som da voz a distâncias maiores. Contam com dispositivos para prendê-los na lapela do paletó.

Quando estiver com um microfone de lapela, tome cuidado para não fazer comentários que não desejar que o público ouça, pois, por mais baixo que você fale, sempre haverá o risco de o público ouvir.

Procure não falar quando se abaixar. Isso no caso de você utilizar o microfone de lapela para fazer uma apresentação que exija que se abaixe com frequência para consultar anotações ou teclado do computador colocado em mesa baixa. Tal cuidado deve ser tomado porque a boca estará muito próxima do microfone e provocará alterações no volume do som, o que pode ser irritante para os ouvintes.

Capítulo 3

O vocabulário

Quanto mais amplo e abrangente for o vocabulário, mais pronta, desenvolvida e segura será sua comunicação. Se você possuir um extenso vocabulário e encontrar palavras com facilidade para identificar seus pensamentos, estará contando com uma poderosa arma para ser vitorioso em qualquer área profissional, sobretudo, na oratória.

Como ampliar o vocabulário

Ampliar o vocabulário não significa apenas descobrir novas palavras, mas também, e, sobretudo, fazer uso das que já foram aprendidas e que, por qualquer razão, não se incorporaram à comunicação ativa.

Para que uma palavra passe a participar do seu vocabulário ativo, siga seguintes passos:

□ Leia bastante: revistas, jornais, bons livros etc; □ Anote a palavra que você não conhece ou de cujo significado tenha dúvida; □ Recorra a um dicionário para estudá-la; □ Construa algumas frases diferentes, incluindo o novo termo aprendido; □ Use-a na primeira oportunidade, escrevendo ou conversando; □ Procure aplicá-la em outras ocasiões para que se incorpore definitivamente ao seu vocabulário.

O processo pode ser cansativo, mas a recompensa valerá a pena.

O palavrão e a gíria

O palavrão e a gíria devem ser evitados pelo orador.

Alguns imaginam, ingenuamente, que, falando palavrões e gírias, estarão projetando uma imagem descontraída e natural. Ao contrário, as pessoas que se expressam com esse tipo de vocabulário em público, com o passar do tempo, poderão ter sua imagem desgastada, deteriorada e, como consequência, corre o risco de enfraquecer e prejudicar a própria credibilidade.

Os termos incomuns

Um vocabulário desleixado, com excesso de repetições e de expressões sem consistência – como dizer “essa coisa” ou “esse negócio” para designar qualquer tipo de informação ou objeto - por mais que seja suficiente para comunicar uma mensagem, mostrará falta de preparo e de formação intelectual do orador e poderá enfraquecer sua credibilidade.

Por outro lado, se você for um orador que fala com um vocabulário amplo e repleto de termos incomuns, pouco usados, por causa deste uso de termos rebuscados correrá o risco de não ser compreendido.

O vocabulário técnico

Cada atividade profissional possui um vocabulário próprio, composto por termos técnicos, que identificam seu assunto específico e facilitam a comunicação entre aqueles que atuam na mesma área.

Cuidado! Não use vocabulários próprios de determinadas profissões diante de pessoas que não estejam familiarizadas com tais termos, pois estará cometendo um erro de comunicação e correndo o risco de prejudicar o resultado da sua apresentação.

O vocabulário a ser utilizado para uma plateia heterogênea, isto é, composta por pessoas de distintas áreas, é o vocabulário da norma culta da língua portuguesa que deverá ser utilizado e não o vocabulário técnico de profissão “A” ou “B”.

O chavão e as frases vulgares

Com o excesso de uso ou por serem muito populares, algumas frases foram se desgastando e perdendo o impacto que poderiam provocar nos ouvintes.

Antes de usar uma frase feita, analise se ela provocará o efeito que você deseja. Coloque-o no lugar do ouvinte e imagine alguém empregando a mesma expressão. Como você reagiria?

Os tiques e os vícios

Os tiques e vícios da linguagem devem ser evitados. Os mais comuns são a repetição constante do “ái”, o “né” e o “tá” no final das frases, e os irritantes “ãããã”, “éééé” e “hummm” colocados durante as pausas.

Em casos mais graves, encontramos até grandes expressões no final de cada frase. Nessa categoria, temos os conhecidos “você tá me entendendo?”, “tá compreendendo?” Observe se esses ruídos não estão presentes na sua comunicação e trabalhe rapidamente para eliminá-los, pois podem desviar a atenção dos ouvintes e comprometer seu discurso.

Capítulo 4 A expressão corporal

A expressão corporal, juntamente com a voz e a palavra, é responsável pelo transporte de mensagem do orador aos ouvintes. Embora cada um desses condutores tenha a sua importância própria e a falta ou deficiência de um deles possa comprometer todo o processo de comunicação, o papel da expressão corporal é ainda mais evidente.

Um estudo realizado pelo psicólogo Albert Melhrabaian concluiu que a transmissão da mensagem do orador para os ouvintes tem a influência de 7% da palavra, 38% da voz e 55% da expressão corporal. Vemos, assim, que os movimentos do corpo, o jogo fisionômico, o olhar e os gestos são fatores muito importantes no processo de comunicação.

No estudo da expressão corporal serão observados os seguintes itens:

- O cuidado com as regras; □ O processo natural da gesticulação; □ Os dois maiores erros da gesticulação; □ Atitudes desaconselháveis; □ A boa expressão corporal para falar; □ A maneira de como falar sentado.

O cuidado com as regras

Orador, tenha muito cuidado com as regras criadas para orientar a postura e a gesticulação. Lembre-se de que não são leis que precisam ser seguidas e respeitadas

sempre. Elas são úteis e podem ser observadas como orientação geral de comportamento, mas nunca tomadas como norma a ser seguida obrigatoriamente em todas as ocasiões.

Uma atitude desaconselhada pela regra de expressão corporal a determinada circunstância poderá ser recomendada para outra, com resultados positivos. Por exemplo, todos nós sabemos que não se deve colocar a mão no bolso durante a apresentação. Embora a regra seja clara nesse sentido, em algumas situações você poderá, sem comprometer a comunicação, adotar esse comportamento, que constituirá até uma atitude positiva diante do público, desde que por pouco tempo e de maneira natural.

O processo natural da gesticulação

Observe como você e o seus colegas gesticulam quando estão conversando descontraidamente. O gesto obedece a um processo natural, isto é, ocorre antes da palavra ou junto com ela, não depois.

Quando você pensa no que vai falar, assim que a ideia aparece, ela emite uma ordem para o seu corpo que imediatamente obedece com o movimento – depois é que irá pronunciar as palavras.

Se você pensar na ação de afastar, por exemplo, movimentará o braço no sentido lateral com a palma da mão voltada para fora, como se estivesse afastando algo, e, em seguida, comunicará a mensagem com as palavras “Eu afastei”.

Os dois maiores erros da gesticulação

Entre todos os erros que poderiam ser apontados na gesticulação dos oradores, os dois maiores são:

- A ausência de gestos; □ O excesso de gesticulação.

Seja moderado, não deixe de gesticular, como se estivesse com os braços duros, mas também não cometa excessos.

Atitudes desaconselháveis

De maneira geral, não fale com as mãos no bolso ou nas costas, com os braços cruzados, apoiados o tempo todo sobre a mesa, a tribuna ou a haste do microfone. Evite os gestos abaixo da linha da cintura ou acima da linha da cabeça.

Não se apresente com uma postura humilde, de alguém derrotado, nem com prepotência, com ar arrogante.

Não se movimente diante do público de maneira desordenada, de um lado para o outro, sem objetivo. Não abra demasiadamente as pernas, também não as feche muito para não perder o equilíbrio, nem fique apoiado com o corpo de maneira deselegante, ora sobre uma perna, ora sobre a outra. Tenha um motivo para não ficar com as pernas em uma postura rígida, parecendo uma estátua.

Diante do público, observe os gestos involuntários, como coçar a cabeça, segurar a gola da blusa ou do paletó, mexer na aliança, na pulseira, distrair-se com um lápis ou caneta e tantos outros movimentos inconvenientes.

A boa expressão corporal

Cada pessoa tem o seu jeito de ser e uma maneira própria de se comportar. Os gestos e a postura usados por um orador nem sempre serão os mais indicados para

outro. Existe, entretanto, uma linha de comportamento a ser sugerida para a maioria dos casos e adaptada de acordo com as características de cada profissional.

Para desenvolver uma boa expressão corporal, observe as seguintes orientações: □ Faça um gesto para cada informação predominante; □ 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; □ Varie a posição de apoio; □ Marque o ritmo de fala com os braços na frente do corpo; □ Estabeleça um sincronismo harmonioso entre o gesto, 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.

Como falar sentado

Embora falar em pé seja a atitude recomendável para um orador, pois, assim, normalmente, terá mais poder e domínio sobre os ouvintes, não existe regra que o obrigue a falar sentado ou em pé. Isso dependerá da circunstância e do ambiente em que se encontrar.

Ao falar sentado, evite cruzar os pés em forma de 'X' embaixo da cadeira, porque essa postura poderá demonstrar que você está se sentindo pressionado e não muito à vontade naquele local.

Também não estique as pernas para se esticar na cadeira, porque essa é uma atitude negligente, desaconselhável para um orador, que pode erguer uma barreira entre você e o público.

Posicione-se com os dois pés no chão. Essa postura projeta uma imagem segura e dá condições para que você se movimente com o tronco com mais liberdade nos momentos em que quiser transmitir convicção sobre as informações comunicadas, ou colocar mais ênfase em determinada mensagem.

Outra postura recomendada para quando estiver sentado é cruzar uma das pernas sobre a outra encostando as coxas. Além de elegante, possibilita também a inclinação do tronco quando for necessário e é indicada, principalmente, para falar sem uma mesa à frente.

As oradoras poderão contar ainda com mais duas posições das pernas quando estiverem sentadas: uma delas é cruzar os pés em forma de 'X', com um deles apoiado com a ponta no chão e sustentando, por trás, o outro, que ficará suspenso.

As pernas deverão se manter encostadas uma à outra e colocadas próximo ao pé da cadeira que estará do lado da perna apoiada no chão. A outra opção de postura disponível para a oradora seria: cruzar as pernas puxando-as para o lado da perna que está apoiada no chão.

Para falar sentado, o gesto obedece à mesma orientação dada para falar em pé. Faça o gesto e mantenha-o por mais tempo, antes de voltar à posição de apoio, pois, nessa circunstância, o excesso de movimentos dos braços é mais facilmente percebido.

Durante a gesticulação, procure manter os braços pouco acima da linha da cintura, pois os gestos amplos, com as mãos passando na frente do rosto, são geralmente desaconselháveis nessa circunstância.

Observe também se não está incorrendo neste erro muito comum: apoiar os cotovelos nos braços da cadeira e fazer gestos o tempo todo só com o antebraço. Quando seus braços não estiverem em movimento, use os braços da cadeira como apoio. Se ela não os tiver, poderá pôr as mãos sobre as pernas.

Para falar em pé, é conveniente que os oradores abotoem o paletó, a fim de manter uma aparência mais elegante. Sentados, entretanto, essa preocupação é desnecessária, pois o paletó aberto, nessa posição, além de não prejudicar a elegância, lhes dará geralmente mais liberdade de movimentos. As oradoras não precisam ter essa preocupação, pois, de maneira geral, ficam elegantes independentemente de o casaco estar aberto ou fechado.

Capítulo 5 A aparência

Leonel Brizola, que governou dois importantes Estados brasileiros, o Rio Grande do Sul e o Rio de Janeiro, usou um velho ditado popular para definir uma de suas teses: “tem couro de jacaré, tem rabo de jacaré, tem dente de jacaré, então como não é jacaré?”.

A lição deixada com um bom humor pelo velho caudilho foi muito clara: as pessoas nos tomam por aquilo que parecemos ser. E, talvez, não exista nada melhor para falar sobre uma pessoa do que sua roupa. O vestuário fala, como nos

diz Umberto Eco (filósofo, escritor, linguista e professor da Universidade de Bolonha), na obra *Psicologia do vestir*. Pelos trajes que você usar, os ouvintes terão uma boa ideia do tipo de orador que você é e, antes que comece a falar, já terão formado uma opinião a seu respeito. A roupa, assim como a linguagem verbal, é parte importante do universo vastíssimo da comunicação. Dessa forma, o traje precisa corresponder à sua identidade e às expectativas que as pessoas têm a seu respeito.

Nosso objetivo não é dar receitas de como se tornar um orador mais elegante a partir das roupas que fazem sucesso dentro e fora das passarelas. Essa é uma arte que exige competência especializada e há inúmeros livros escritos por profissionais experientes tratando do tema. Neste capítulo, pretendo orientá-los a respeito da escolha da roupa mais apropriada quando precisar falar em público. Você verá que são conceitos bastante simples, mas que irão ajudá-lo a se vestir de forma correta, aumentando ainda mais suas chances de sucesso diante da plateia.

Como disse, a aparência também fala. Na escolha da roupa, observe tudo: a relação entre você e a roupa, os sapatos, o corte do cabelo, os óculos e todos os acessórios que constituem a sua aparência. Isso deve ser feito considerando sempre o seu bem-estar e a impressão que estará causando nos ouvintes.

A roupa precisa ser vistosa e atraente. Não deve, porém, chamar mais atenção do que você mesmo. Sentir-se bem com a roupa que está usando e preservar o próprio estilo é tão importante quanto vestir-se de acordo com a época e a circunstância.

2ª Parte – Técnicas de apresentação e as circunstâncias especiais

Capítulo 6 Planejando apresentações

Se o orador não souber organizar o seu pensamento de forma concatenada, ou seja, organizada, poderá passar a ideia de despreparo, falta de competência e não atingirá os objetivos a que se dispôs. Infelizmente, é possível observar, até mesmo nos tribunais, oradores como alguns advogados que até conhecem bem a área do Direito em que atuam, mas que não conseguem organizar o raciocínio de maneira lógica e ordenada.

Por isso, este capítulo mostrará como você, atuando como orador, deve estruturar a mensagem nas mais diversas ocasiões. Veja, a seguir, quais são os passos principais em todas as circunstâncias, bem como os critérios para organizar com eficiência a ordem dos argumentos durante o exercício do discurso.

Inicie com os cumprimentos

Os cumprimentos se dão de acordo com a formalidade da circunstância, podendo ser um simples “senhoras e senhores”, os termos formais “excelência” e “Excelentíssimo” ou até uma referência completa aos componentes de uma mesa diretora.

Conquiste

Depois dos cumprimentos iniciais, procure conquistar aqueles a quem dirigirá a palavra. É o momento apropriado para despertar a atenção e o interesse dos

ouvintes, quebrar as possíveis resistências e angariar simpatia. Veja algumas formas recomendáveis para iniciar e alcançar esses objetivos:

- Elogiar ou valorizar a plateia (agradeça a presença das pessoas é uma forma simples e eficiente de iniciar). Este é um bom recurso para ser usado especialmente em palestras, ou proferidos nos encontros sociais ou profissionais;
- Usar uma frase que provoque impacto. Faça isso principalmente quando os ouvintes estiverem apáticos ou indiferentes.
- Prometer a brevidade do discurso, dependendo das circunstâncias, cabe perfeitamente, sobretudo, em ocasiões em que as pessoas não podem assistir ao discurso por muito tempo.
- Valer-se de um fato bem-humorado. Mas cuidado com exageros!

Podemos também dispor da seguinte estrutura a ser articulada com a conquista:

- Contar uma pequena história interessante;
- Levantar uma reflexão;
- Mostrar os benefícios do assunto.

Informe sobre o que vai falar

Apresente aos interlocutores o assunto a ser tratado.

Indique as partes que pretende cumprir no desenvolvimento do assunto

Para que a sequência da sua mensagem seja compreendida com maior facilidade, divida o assunto que irá desenvolver em três ou quatro partes e, em seguida, comente com brevidade quais são essas etapas que pretende cumprir.

Faça um retrospecto ou levante um problema relacionado com o tema

Se você pretender dar solução a um problema, deve explicar antes qual é o problema. Por exemplo, se, numa reunião com os profissionais de sua área de trabalho, você tivesse de propor a solução para determinado problema, seria natural que, antes de mostrar os argumentos de que dispõe para formular a proposta de solução, esclarecesse qual o problema existente. É fácil deduzir que a proposta de solução só seria devidamente compreendida pelos ouvintes se eles estivessem devidamente inteirados sobre questão analisada. Se o seu objetivo for falar sobre algum assunto atual, deve ajudar todos a compreender melhor o tema fazendo antes um retrospecto, mostrando como foi que os fatos sucederam.

Apresente o assunto com argumentos e de forma concatenada

Depois da fase de preparação, comece a desenvolver o assunto dando a solução ao problema apresentado, ou mostrando o tema da atualidade. Para isso, você poderá usar exemplos, lançar mão de estatísticas, fazer comparações, mostrar estudos técnicos ou científicos. Caso seja necessário, conte uma história real ou fictícia, como fábulas ou parábolas para ilustrar o que acabou de dizer, para tornar a exposição mais agradável e facilitar a compreensão da mensagem.

O cuidado com excessos na argumentação

No momento em que defender uma ideia, utilize com habilidade os argumentos que tiver à disposição, mas tome cuidado para não se apaixonar de forma demasiada por um deles. Se você exagerar no uso de um argumento para defender uma ideia, correrá o risco de repeti-lo tantas vezes que acabará por enfraquecê-lo.

Devido ao cometimento desse deslize, você é impelido a repeti-lo muitas vezes. Essa postura dá a entender aos ouvintes que estava apoiado por uma razão que eles não estavam conseguindo enxergar.

Um bom argumento não precisará de muitas repetições para que possa ser notado, pois, ao ser citado, todos perceberão sua importância. No momento, apropriado, se sentir necessidade de repeti-lo é conveniente que procure usar palavras diferentes, como se estivesse analisando a ideia por um ângulo distinto.

Outro cuidado importante na exposição de um argumento forte e poderoso é prepará-lo adequadamente antes de ser apresentado. Deve ser como uma fruta pronta para ser colhida. Se for apanhada antes do tempo, estará verde e sem condições de ser consumida. Se, ao contrário, permanecer por tempo muito prolongado no pé e ficar madura demais, também não poderá mais ser aproveitada.

Essa preparação não deverá ser apenas do argumento dentro da mensagem, mas principalmente com relação aos ouvintes, que precisarão estar prontos para recebê-lo no instante mais apropriado. Talvez fosse possível afirmar que tão importante quanto o peso de um argumento é o momento de apresentá-lo e a maneira moderada como será repetido.

Capítulo 7 Recursos audiovisuais

Nas circunstâncias em que o orador possa dispor de recursos audiovisuais, recomenda-se que sejam usados, pois estes podem lhe servir como grandes auxiliares para a transmissão da mensagem. Os recursos audiovisuais, quando bem trabalhados, podem tornar a mensagem mais consistente, ajudando o ouvinte a fixar conteúdos com mais facilidade.

Cuidado com exagero A experiência demonstra que, se uma pessoa usa 60 ou 70 slides na apresentação, provavelmente ela se sairia muito melhor se reduzisse para 25 ou 30. Da mesma maneira, se a intenção é se valer de 30 ou 40, obteria melhores resultados reduzindo para 10 ou 15. Se, por um lado, um número elevado de slides cobre a apresentação em praticamente todos os detalhes, por outro poderá tirar um pouco sua liberdade como orador. Por isso, com um número menor de telas, embora a

apresentação não conte com o apoio de tantos detalhes, você ficará mais livre para fazer adaptações de acordo com a reação e a receptividade do público.

O espetáculo dos visuais não pode ser tão impressionante a ponto de, no final, os ouvintes mal conseguirem se lembrar de qual assunto foi tratado. Resista à tentação e seja moderado na utilização dos recursos de apoio.

Elaboração de slides

Entre todos os objetivos a serem atingidos por meio da utilização de slides, três deles são essenciais para que você se decida por usá-los ou não:

Destacar as informações importantes; Facilitar o acompanhamento do raciocínio; Possibilitar a lembrança do assunto por tempo mais prolongado.

Portanto, ao analisar se um visual deverá ser incluído ou eliminado, pergunte a você mesmo se o slide atende a esses três objetivos. Se você concluir que

a resposta é positiva, deixe-o fazer parte da sua apresentação. Se, ao contrário, a resposta para qualquer um dos itens for negativa, por mais importante ou atraente que o slide possa parecer, não tenha receio de tirá-lo.

Orientação para projetar bem o visual

Posicione o equipamento e a tela de maneira que as informações possam ser vistas com facilidade por todos os ouvintes, sempre que puder, use o laser pointer, pois terá mais liberdade para se movimentar na frente do grupo.

Dica preciosa: para ser mais eficiente na projeção de um visual, siga esta ordem:

- Inicie explicando a informação que irá desenvolver; Projete o visual;
- Olhe na direção da tela para dar o exemplo de para onde os ouvintes deverão olhar; Faça alguns poucos comentários e volte a fazer contato visual com a plateia.

Se o visual for um gráfico, você precisará olhar para a tela praticamente o tempo todo. Nesses casos, faça um comentário inicial mais extenso, procurando criar uma expectativa maior sobre o que será apresentado. No final, depois de concluídas as informações sobre o visual, dê algumas explicações adicionais para fechar bem a mensagem.

Capítulo 8 Técnicas de apresentação

Em “Técnicas de apresentação”, serão observadas as principais técnicas para a transmissão da mensagem que auxiliará o orador a ser bem-sucedido em suas exposições. A escolha da técnica dependerá do estilo e da característica de cada profissional e da circunstância em que tenha de se apresentar.

Aprenda a falar de improviso

Falar de improviso, ao contrário do que algumas pessoas imaginam, não significa falar sem conhecer o assunto. Se, por exemplo, um advogado se atreve a falar em um tribunal ou em reuniões com seus pares sem ter informações sobre a causa ou o tema que irá apresentar, o adjetivo mais benevolente que poderia lhe ser atribuído é irresponsável.

Quem fala sem conhecimento do conteúdo que pretende transmitir põe em risco sua imagem e reputação. Assim, se você for convidado para falar sobre um assunto que não conhece e não tiver tempo suficiente para estudá-lo, a atitude mais sensata é recusar o convite. Da mesma forma, um dos erros mais graves que você poderia cometer é sentir-se tão seguro e confiante a ponto de negligenciar a preparação do discurso.

Mas observemos que, independentemente da situação, quer em uma palestra, em uma reunião, em uma apresentação de seminário na faculdade, entre todos os recursos com os quais poderá contar para se sair bem nessas circunstâncias, os mais importantes serão sempre o preparo e o domínio do conteúdo.

Diante do que foi comentado, falar de improviso significa falar sem ter preparado de forma conveniente a apresentação. Veja um exemplo, suponha que você esteja em uma reunião diante dos colegas e chefes do seu local de trabalho

ou em um evento e é convidado para falar de determinado tema. Embora o assunto não lhe seja estranho, você terá de estruturar o pensamento e organizar a sequência da exposição ali diante dos ouvintes. Essa é uma situação que identifica a fala de improviso. Veja quais são as técnicas que poderão ajudá-lo a se sair bem em momentos como esse:

Fale antes sobre um assunto de seu domínio

Antes de desenvolver o tema de sua apresentação em um congresso ou de sustentar oralmente a sua posição em favor de sua visão sobre a questão, fale a respeito de um assunto que conheça com bastante profundidade e que tenha alguma ligação direta ou indireta com o conteúdo que deverá transmitir. Enfim, utilize qualquer assunto sobre o qual possa falar com segurança e tranquilidade. Depois de discorrer algum tempo sobre esse assunto de apoio, você deverá encontrar uma maneira de fazer a transição para o assunto principal.

É natural que, ao falar, por exemplo, em uma palestra, você saiba delimitar as etapas que pretende expor. Saberá quando iniciar oportunamente a introdução, a preparação, o desenvolvimento do assunto central e a conclusão. Entretanto, os ouvintes receberão a mensagem como sendo uma só, desde o princípio até o final.

Ora, como você fala com desembaraço e desenvoltura ao abordar o assunto de apoio, pois é uma matéria de seu domínio; o ouvinte terá a impressão de que o seu domínio é da informação toda, pois recebe a mensagem como sendo uma só desde a introdução até a conclusão. Na verdade, você conhece bem o assunto de apoio e talvez apenas superficialmente o tema principal.

Alguns cuidados sobre o assunto de apoio:

□ Não desenvolva o assunto de apoio por tempo demasiado, para não dar a impressão de que ele é mais importante que o tema principal; □ Escolha como apoio aquele assunto que você conhece muito bem. Não caia na armadilha de optar por um assunto para apoiar a apresentação apenas pelo fato de existir algum tipo de ligação entre ele e o principal; □ Não passe de maneira abrupta do assunto de apoio para o tema principal; □ Não dê a impressão de estar ganhando tempo, pois não é esse o objetivo da técnica do improviso.

Também serve para o improviso

Além dos assuntos de seu conhecimento de que você poderá lançar mão como recurso para as falas de improviso, será possível contar também com os fatos que tenha observado pouco antes do momento da apresentação. Você poderá, por exemplo, iniciar

citando uma notícia que tenha ouvido há pouco durante o trajeto em uma emissora de rádio, ou um fato curioso que tenha lido no jornal pela manhã.

Os assuntos atuais darão a você mais confiança, por serem recentes. Devido a essa atualidade, provavelmente serão ainda mais estimulantes para os ouvintes e darão mais credibilidade. Por isso, por mais irônico que possa parecer, prepare-se cuidadosamente para que possa fazer cada vez melhor seus improvisos.

Capítulo 9 Falas circunstanciais

Neste capítulo, serão incluídas propostas de modelos de discursos que poderão ser proferidos em homenagens, entregas de prêmios, agradecimentos, despedidas e apresentação de oradores.

Serão estudados os seguintes tipos de apresentação:

- Como fazer uma homenagem; Como agradecer uma homenagem; Como fazer um discurso de despedida; Como apresentar um orador.

Como fazer uma homenagem

- Conquiste a simpatia e a benevolência do público; Faça um histórico das atividades ligadas à vida do homenageado; Fale das qualidades do homenageado, revele seu nome e o motivo da homenagem (este é o momento propriamente dito da homenagem);
- Encerre com mensagem de otimismo, desejando ao homenageado muitas conquistas e realizações.

Como agradecer uma homenagem

- Agradeça a homenagem e ao orador que o homenageou; Divida as glórias com a equipe; Demonstre interesse pelo bem-estar social; Encerre com uma mensagem forte e motivadora.

Como fazer um discurso de despedida

- Comente de forma genérica a partida, como chegou, como foi tratado e como está saindo; Revele os motivos da partida e os planos para o futuro; Demonstre vontade de retornar .

Como apresentar um orador

- Fale sobre o motivo do evento; Fale sobre a importância do tema; Fale sobre o orador; Convide o orador para falar.

Conclusão

Como vimos, essa arte milenar chamada Oratória pode utilizar-se de vários recursos utilizados na voz, no vocabulário, na expressão corporal, na aparência, na credibilidade do orador diante do público, além de técnicas para serem usadas em diversas situações. A união de todas estas informações juntamente com o seu esforço e dedicação no treino da Oratória o ajudarão a se tornar um grande orador.

Agradeço a todos!

Referências

- ARISTÓTELES. Arte retórica e arte poética. Tradução por Antônio Pinto de Carvalho. Rio de Janeiro: Tecnoprint, [s.d]. 350 p. Tradução de Art rhétorique et art poétique. BAGNO, Marcos. A língua de Eulália. São Paulo: Contexto, 2012. _____ . Preconceito linguístico. São Paulo: Contexto, 2012. OLIVEIRA, Marques. Como conquistar falando, psicologia do auditório hostil. Rio de Janeiro: Ediouro, 1980. POLITO, Reinaldo. Oratória para advogados e estudantes de direito. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 2011. <http://youtu.be/-QPuVgPPv0w>. acesso: 3.11.2012. às 16h.

*

Falando em Público

com Sucesso

Como tornar-se um campeão da oratória.

Copyright 2005 José Carlos Prates Ribeiro Registro 270.689 Biblioteca Nacional

1

Sumário	
Nota do autor,	4
Capítulo 1	
Por que temos medo de falar em público?, 5	O que você
Como vencer o medo, 5	tem a ganhar, 7
tem a ganhar, 7	Questionário para avali-
ar a sua comunicação, 7	ar a sua comunicação, 7
Comunicação clara, objetiva e atraente	Quem não se comunica..., 9
os telejornais), 10	(aprenda com
Capítulo 2	
O corpo fala, 12	Como exercitar os seus gestos,
13	Voz: importância e os cuidados, 14
Vícios de linguagem e como evitá-los, 15	Avalie a sua maneira
de falar, 16	de falar, 16
saborear as palavras), 17	Exercícios para a sua voz
ou tem a língua “plesa”, 20	(como
Capítulo 3	Exercícios para quem fala lleennttoo
Como desenvolver a comunicação interpessoal, 22	Como ler mais e melhor, 20
Você sabe ouvir? 22	
terlocutor, 22	Coloque-se no lugar do seu in-
Uso do humor, 23	terlocutor, 22
do a sua comunicação, 23	A força do pronome “Nós”, 23
seu discurso ou palestra, 24	Planejan-
Exercícios para falar de improviso, 26	Como estruturar o
comunicar, 27	Falar de improviso, 26
	Use a sua criatividade para
2	
Capítulo 4	
os recursos audiovisuais	Como usar
microfone, flipchat), 30	(datashow, retroprojeto-
Motivando os ouvintes, 37	Perfil da sua platéia, 35
	Como ser

persuasivo ao falar, 38	O carisma do comunicador, 39	Exercícios para você praticar
em casa e no	trabalho,	40
Capítulo 5		
Você é uma marca: - Saiba valorizá-la, 41		
Você faz marketing pessoal?, 41	Faça a sua própria avaliação, 43	Mensagem final, 44
Bibliografia, 46		

3

Nota do autor

Ao publicarmos este livro, desejamos tornar acessível ao maior número de pessoas, conhecimentos relacionados à comunicação interpessoal, oratória e marketing pessoal. Temos convicção que eles serão importantes para as suas habilidades e competências profissionais e pessoais.

Clareza, objetividade e praticidade – eis as palavras-chave para descrever este livro. Após auxiliarmos no desenvolvimento de centenas de pessoas, selecionamos as informações, exercícios práticos e técnicas mais eficazes para quem deseja vencer a timidez, falar em público e situações cotidianas, com entusiasmo e clareza.

Ao desenvolver ou aprimorar estas habilidades você irá persuadir, emocionar, melhorar os seus relacionamentos interpessoais e valorizar a sua imagem pessoal e profissional nas mais diversas situações no mundo do trabalho e eventos sociais.

Deixamos em branco o verso das páginas para que você possa fazer anotações complementares, traçar metas e praticar exercícios.

Finalizando, desejamos ressaltar que somente o treino e a persistência serão capazes de torná-lo um grande comunicador. Torcemos pelo seu sucesso e estamos a sua disposição para maiores esclarecimentos.

Um forte abraço, vá em frente e sucesso!

www.ibahia.com (Blog de Carlos Prates de Empregos)
pratescarlos@uol.com.br

4

Capítulo 1 Por que temos medo de falar em público?

Pesquisas afirmam que, depois da morte, o maior medo do Ser Humano é o de falar em público. Este medo é atribuído à preocupação que temos de não sermos aceitos pelos ouvintes, medo de falhar e conseqüentemente sofrer hostilidades e medo do ridículo. Os mais tímidos não suportam ser o centro das atenções e muitos se consideram inferiores aos ouvintes.

Entretanto, muitos de nossos alunos afirmam que as causas mais fortes para os seus medos estão relacionadas com situações desfavoráveis no passado, geralmente na infância, tendo como cenários as suas residências e escolas. Aqui estão alguns depoimentos: “meus pais são tímidos (ou autoritários)”; “meu professor e alguns colegas zombavam da minha voz porque eu gaguejava”; “eu não me acha-

va bonita e não gostava do meu corpo”; “os colegas diziam que para eu ser burro só faltava comer capim”.

Em função do medo, o nosso corpo libera uma grande quantidade de adrenalina e podemos sentir a boca seca, o coração bater acelerado, tremores, “dá um branco” e as idéias desaparecerem, um vazio no estômago, suarmos frio ou exageradamente, sensação de que o chão está afundando, entre outras. Não fique triste e não se desespere que isso pode ser resolvido e acontece com milhares de pessoas.

Os tempos mudaram, os pais e os professores também e chegou o momento de vencermos este medo. Antes de darmos algumas dicas e técnicas, você deve estar consciente que somente o treino e a sua persistência serão capazes de ajudá-lo na melhoria da comunicação interpessoal.

Como vencer o medo

1. Treine antecipadamente e conheça ao máximo o assunto que irá falar, procurando gravar (em vídeo ou gravador) as suas apresentações e analise o conteúdo e a forma. Algumas palavras são péssimas para

5

serem faladas e aquilo que está claro na escrita pode deixar dúvidas na comunicação verbal. O ouvido é seletivo e algumas palavras se perdem. Fale de maneira clara e os aspectos mais importantes devem ser repetidos para serem fixados no cérebro do ouvinte;

2. Tem um ditado popular que diz - “Mineiro não perde o trem”. Complementamos dizendo que o orador preparado e que chega cedo, também. Chegue antes ao local da sua apresentação, faça a sua voz propagar no ambiente, crie imagens positivas em seu cérebro, sinta o cheiro, teste antecipadamente os equipamentos que irá utilizar. Nas nossas apresentações temos por hábito receber as pessoas que prestigiam os nossos cursos e palestras. Com isso objetivamos “quebrar o gelo” e ao mesmo tempo tornamos familiares ao público. Experimente fazer o mesmo, pois você irá gostar e os ouvintes idem;

3. Os principais tópicos da sua apresentação devem ser escritos em uma ficha ou papel mais grosso (120 ou 180 gramas), para não tremular se você estiver nervoso, objetivando utilizar a qualquer momento ou até mesmo para que você sinta mais seguro. Resista à tentação e ficar olhando o papel a todo instante e com isso perder a espontaneidade e transmitir insegurança;

4. Ao ser apresentado ao público não se precipite para iniciar a sua comunicação, indo direto ao assunto. Procure olhar para as pessoas que estão do lado esquerdo, no centro e à direita. Respire suave e lentamente. Aos poucos a adrenalina vai baixando e os sintomas tenderão a diminuir ou desaparecerem;

5. Se estiver muito nervoso, segure uma caneta (exceto a que faz tic tac) e contraia os dedos dos pés se os mesmos estiverem completamente cobertos, objetivando deslocar as tensões para o chão. Após alguns minutos os sintomas desconfortáveis vão diminuindo e você se sentirá melhor;

6. Se você esquecer o que vai dizer – o famoso “branco”, procure ficar tranqüilo e use a seguinte frase: “.. pois bem, como estava dizendo....” e complemente com palavras que estejam relacionadas ao tema da sua apresentação. Mais adiante você

encontrará a palavra que estava procurando. Uma outra técnica que utilizamos é aproveitar para beber um pouco de água (o copo deve estar ao seu lado) e, lentamente, enquanto bebemos a água, procuramos lembrar das palavras ou assunto.

6

O que você tem a ganhar

Melhorando a sua comunicação interpessoal você adquire novas habilidades profissionais: dar aulas, fazer palestras, ir à televisão e ao rádio, gerenciar pessoas, entrar para a política, atuar como vendedor, atender clientes, entre outras. Na vida pessoal você melhora o seu relacionamento familiar, estimula a sua criatividade, eleva a sua auto-estima, tornando-se mais atraente e admirado pelos amigos.

Questionário para avaliar a sua comunicação

Agora, você deverá preencher este questionário, pessoal e confidencial, objetivando fazer um radiografia do seu atual estágio de comunicação. A cada apresentação em público, faça a sua auto-avaliação e troque idéias com amigos e parentes sobre o seu desempenho.

1) Você se acha tímido a ponto de recusar um convite para fazer uma palestra, dar uma aula, ser entrevistado na TV ou rádio, coordenar uma reunião? () sim
() não () situações não vivenciadas

2) Em caso afirmativo, a quais motivos você atribui a sua timidez? () medo de ser rejeitado pelo público ou falhar na comunicação () falta de estímulos dos pais, amigos e professores () lembranças de situações desagradáveis () outros motivos

3) Quais reações corporais você sente quando é o centro das atenções ou comunica-se num grupo de pessoas, sentado ou em pé? () o coração bate acelerado () seu corpo transpira exageradamente () o rosto fica vermelho () a voz diminui e/ou começa a gaguejar () as mãos e as pernas tremem () outras reações

Copyright 2005

Carlos Prates (71) 3264-9263

7

4) Você se lembra de ter perdido algumas das chances abaixo mencionadas, em virtude da timidez ou comunicação inadequada? () entrevista de emprego ou estágio () namorado(a) () uma promoção () deixou de trabalhar com vendas e ganhar dinheiro () relacionar melhor com os familiares e amigos () não foi à festa, inauguração, show . etc () apresentações na escola, faculdade ou universidade () outras chances

5) O que você não gosta no seu corpo ou na sua personalidade e acha que o impede ou dificulta a sua comunicação no dia-a-dia ou nas apresentações em público? () você se acha feio () o seu corpo é gordo ou magro demais () a sua estatura corporal é alta ou baixa () você fala lento ou rápido demais () você é arrogante e gosta de ser o dono da verdade () tem um temperamento explosivo e não aceita ser contestado () outros motivos

6) Ao melhorar a comunicação e/ou vencer a timidez, quais as suas principais metas pessoais e profissionais? () dar aulas, palestras, entrevistas para televisão ou

rádio () fazer novos amigos, arranjar um namorado(a), dançar () trabalhar com vendas e atender clientes () participar de entrevistas para conseguir emprego ou promoção () aprimorar ou iniciar uma carreira política () melhorar o seu relacionamento familiar () outras metas

Utilize o verso da página para os comentários que julgar necessários ou formular perguntas não contempladas anteriormente.

8

Quem não se comunica ... Abelardo Barbosa, o nosso querido Chacrinha, um dos maiores comunicadores do rádio e da televisão brasileira, afirmou: “quem não se comunica, se trumbica”.

Para você não se “trumbicar”, preste muita atenção ao que diz o dicionário de Aurélio: Comunicação – Ato ou efeito de emitir, transmitir e receber mensagem por meio da linguagem falada, escrita ou de sinais, signos ou símbolos. Para que aja comunicação tem que existir entendimento da mensagem.

David Ogilvy, um dos maiores publicitários do mundo, escreveu o seguinte: “...comunicação não é o que nós falamos, mas o que as pessoas entendem”.

A obrigação de se fazer entender é de quem emite a mensagem e não da pessoa que a recebe. Portanto, senhores professores, palestrantes, médicos, advogados, economistas, bancários, técnicos em informática, entre outros profissionais, é bom ficarem atentos.

Na comunicação nós temos o emissor, o receptor e o meio que utilizamos para fazer a mensagem chegar ao ouvinte. Vamos imaginar a seguinte situação: você foi convidado para fazer uma palestra sobre o tema como falar em público. O local é um auditório e você deverá utilizar microfone e recursos audiovisuais. Neste exemplo, você será o emissor da mensagem, o público que estiver no auditório será o receptor da mensagem e o seu corpo (voz, olhar, gestos, roupa) e todos os recursos audiovisuais que utilizar passarão a ser os meios.

Copyright

2005 Carlos Prates (71) 3264-9263

9

Comunicação clara, objetiva e atraente (aprenda com os telejornais)

Um dos exercícios que recomendamos para os alunos é o de gravar, integralmente, todos os telejornais das principais emissoras de televisão e em seguida analisar os aspectos:

1. Expressões faciais e os gestos dos apresentadores;
2. Como eles se vestem e combinam as cores das roupas com as cores do cenário, penteado dos cabelos, maquiagem, iluminação do local, etc;
3. Volume, ritmo e inflexão da voz;
4. A clareza e objetividade do texto;
5. Utilização de recursos audiovisuais e como eles complementam o que está sendo dito através da voz;

6. Os recursos utilizados para prender a atenção dos telespectadores;

7. Como alguns apresentadores improvisam de maneira previamente combinada, fato que pode ser comprovado nos telejornais da Globo, principalmente o Bom dia Brasil e Jornal Hoje. Outro exemplo de improvisação é do jornalista e apresentador Boris Casoy.

Talvez você esteja pensando: “eu não vou ser apresentador de televisão”. Mesmo que você não venha a trabalhar na TV, saiba que ela poderá ser muito útil a sua comunicação, palestras, aulas e tudo que desejar.

Faça a seguinte pergunta: - por que gosto de telejornal e como ele prende a minha atenção? Será que é diferente quando você fala ou escuta outra pessoa? Certamente que não! Vamos fazer as adaptações necessárias e aprender com os telejornais.

Importante - Como você deseja ser um campeão da oratória e da comunicação interpessoal, fique atento aos seguintes aspectos:

- Procure gratificar os seus ouvintes levando algo útil para eles; - Seja claro, objetivo e uma fonte permanente de entusiasmo;

10

- Use a criatividade para trabalhar o conteúdo e a forma da sua comunicação, combinando recursos audiovisuais, se for o caso; - Utilize a espontaneidade, carisma e simplicidade para comunicar. você r u campeão da oratória e da comunicação interpessoal, fique sRecentemente, fomos a duas cerimônias de formatura e percebemos que alguns oradores continuam cometendo os mesmos erros ao discursarem, fazendo a platéia ficar irritada: • Os discursos são longos e o local pequeno para a quantidade de pessoas, provocando desconforto aos ouvintes; • Muitos oradores são prolixos e exageram nas parábolas, chavões e estorinhas, algumas já conhecidas do público; • Falam de maneira linear e sem emoção; • Esquecem que dezenas ou centenas de ouvintes não foram ali para ouvi-los, mas, desfrutarem da festa.

Também não vamos ser injustos com aqueles que comunicam bem e fazem sucesso. Se você pretende ser orador da sua turma ou um dia discursar para o público, lembre-se de levar em consideração estes aspectos e não incorrer nos mesmos erros.

Copyright

2005 Carlos Prates (71) 3264-9263

11

Capítulo 2

O corpo fala

Este é o nome de um livro de Pierre Well que aborda a linguagem corporal. O corpo não só revela a nossa idade, sexo, aparência, estado de espírito, tamanho e como nos comunicamos através dele. Essa comunicação é feita através dos gestos, olhar, expressões faciais e suas inúmeras sutilezas, desde um franzir do semblante, uma piscadela, um sorriso e uma atitude cabisbaixa, evidenciando emoções, idéias e pensamentos.

Aparência – Tem um ditado popular que afirma: você não terá uma segunda chance para causar uma primeira boa impressão. Devemos cuidar da nossa aparência,

pois através dela nos mostramos para as outras pessoas com quem convivemos. Faça as seguintes perguntas a si próprio:

- Como estou sendo percebido? É a imagem que tenho de mim mesmo? - Apresento-me de maneira adequada aos ambientes que frequento? - Posso fazer algo para melhorar a impressão que as pessoas têm de mim? - Quais são meus pontos fortes? E os meus pontos fracos? Tenho consciência deles? - O que espero conseguir agindo e vestindo da maneira atual?

Gestos – Um gesto adequado valoriza a sua comunicação, reforçando as suas idéias, gerando impacto junto aos interlocutores. Por outro lado, fique atento aos gestos desagradáveis para os que falam em público:

- Mãos cruzadas na frente do corpo (como um jogador na barreira, esperando pela cobrança da falta). - Mãos atrás do corpo, em posição de descanso ou subserviência. - Mãos nos bolsos (pior ainda, procurando uma chave ou coçando o que não deve). - Mãos na cintura (posição de açucareiro). - Segurar as mãos e prendê-las na frente da cintura, esfregá-las (pode indicar que você está nervoso).

12

Por outro lado, o que devemos fazer com as mãos? Elas devem ficar abaixadas, ao longo do corpo ou em forma de “conchas”, até você necessitar delas para criar gestos. Caso você tenha o charme de Jô Soares, coloque uma das mãos no bolso (breves instantes) e com a outra crie gestos.

Como exercitar os seus gestos

Represente as seguintes idéias ou situações: Negar, chamar, força, enumeração, dúvida, liberdade, prisão, simpatia, desânimo, entusiasmo, dormir, acordar, abrir, fechar, devagar, rápido, roubar, entre outros.

Assista aos filmes de Charlie Chaplin, o inesquecível Carlitos e perceba o quanto ele e os demais atores falavam com o corpo.

Olhar – Ele cria uma ligação entre o comunicador e os seus ouvintes, podendo sensibilizar, agredir, comover, passar confiança, simpatia, etc. Se você é tímido e tem dificuldades em olhar para as pessoas, treine diante do espelho e imagine-se olhando para todos. Quando assistir televisão ou um bom filme, perceba o quanto o olhar é capaz de comunicar.

Da próxima vez que for atendido no comércio varejista ou em um Banco, tente olhar nos olhos do atendente e, certamente, ele estará olhando para baixo ou para os lados. Agüente firme e não vá embora, pois a sensação que temos é a de que não obtemos a atenção devida.

Caso você tenha dificuldades em olhar nos olhos do interlocutor, analise as seguintes condições:

- Quais as possíveis dificuldades que você sente? Medo da rejeição? Que a pessoa a interprete de forma equivocada? - Ao falar em público você costuma olhar para os ouvintes ou procura um lugar neutro? - O que você sente quando olha para o seu interlocutor? - O que você sente quando o interlocutor não olha nos seus olhos?

Expressões faciais – Alegria, raiva, tristeza, medo, ansiedade e entusiasmo são passados por nós, de maneira consciente ou inconsciente, através das expressões faciais. Desenvolva ou aprimore as suas expressões faciais através do seguinte

exercício. Em frente ao espelho (avise aos familiares que você não ficou maluco), reproduza estes sentimentos, através da sua face e do tom de voz: Alegria, medo, sedução, tristeza, surpresa, dor, raiva, cansaço, tranquilidade.

13

Voz: importância e os cuidados A voz é fundamental para o comunicador e serve para emitir os sons das palavras. Ao pronuncia-las procure analisar qual a emoção, volume e ritmo a comunicação pede.

Você não precisa ter a voz de locutor de rádio para ser um bom comunicador. Seja claro, objetivo, passe entusiasmo e transmita algo útil para os seus ouvintes.

Dicção – É a articulação correta dos sons de todas as sílabas das palavras que pronunciamos. Estas são as dificuldades mais comuns: fala excessivamente rápida ou lenta; língua presa; falar com os lábios semicerrados; falar com excesso de ar (puff) pela boca ou falar pelo nariz.

Como melhorar a sua dicção – Lábios - Abrir e fechar os lábios com a arcada dentária fechada.

Língua - Movimentar a língua de um lado para o outro, primeiro dentro e depois fora da boca; - levantar a língua até o céu da boca.

Mandíbula – Abrir a boca rapidamente e fechá-la devagar, depois inverter; -mover a mandíbula para um lado e depois para o outro. **Volume** – Como é a sua voz? Pegue uma mão e coloque em forma de concha em uma das orelhas, pronunciando o seu nome. Depois, coloque uma mão em cada orelha, em forma de concha e repita o seu nome. No primeiro exercício você ouvirá a sua voz em “mono” e, no segundo, em “estéreo”. Faça isso de vez em quando para você perceber o ritmo e volume da sua voz, fazendo os ajustes necessários;

Ritmo – Você fala lento, rápido ou normal? Caso esteja dando uma aula, palestra, conduzindo uma reunião ou fazendo um discurso, fale num ritmo normal. Quem pensa de maneira rápida tem a tendência de falar no mesmo ritmo. Lembre-se de que a velocidade do seu pensamento é infinitamente maior que a de pronunciar as palavras;

Entusiasmo – O emissor da mensagem deve entusiasmar os seus ouvintes. Fale com o coração e acredite naquilo que está dizendo. Fique atento à comunicação dos apresentadores de televisão e dos locutores de rádio. Por falar nisso, ouça mais rádio e perceba que os locutores passam entusiasmo a todo instante;

14

Voz: dificuldades e como corrigi-las

Voz fraca – Sugerimos que você comece mudando a sua postura, com ombros firmes, cabeça erguida (não olhe para baixo nem para cima), mentalizando situações positivas e acreditando na sua capacidade de comunicar. Melhore a respiração, inspirando profundamente e expirando lentamente, objetivando garantir o ar necessário a sua comunicação. Coloque músicas que relaxem, a exemplo de sons de flautas, pássaros, cachoeiras, fazendo inspirações e expirações.

Voz monótona e lenta – Procure variar o volume e o tom de sua voz, dando ênfase as palavras mais importante, pois assim você despertará mais interesse nos ouvintes. Em frente ao espelho, faça leituras em voz alta, declame poemas e letras de músicas que você goste.

Voz estridente – Desenvolva o hábito de ouvir a sua própria voz, fazendo o seguinte exercício: Pegue uma mão e coloque em forma de concha em uma das orelhas. Chamamos este exercício de “caixa de retorno”, que são as caixas de som que ficam no palco, para que os músicos e os cantores possam ouvir as músicas. Quando estiver entre amigos, solicite que os mesmos façam sinais quando você estiver falando muito alto. Cuidados com a voz Se você ingere bebida alcoólica, não caia na besteira de “tomar uma dose para relaxar”. Ela pode lhe dar a falsa sensação de que é o maior orador do mundo, enquanto a platéia pensa exatamente o contrário. Outro aspecto a ser levado em conta é o descrédito do público quando percebe que o comunicador está alcoolizado. Qualquer tipo de bebida gelada e cigarros devem ser evitados antes da apresentação.

Vícios de linguagem Este é um dos maiores problemas enfrentados por muitos comunicadores. Os vícios de linguagem chamam a atenção de alguns ouvintes, a ponto de ficarem contando quantas vezes algumas palavras são pronunciadas. Aqui nós iremos considerar como vícios de linguagem todas as expressões que são repetidas em demasia pelo orador:

Né, tá, aí, entendeu, tipo assim, entre outros.

15

Como evitá-los

A experiência tem nos mostrado que é quase impossível deixar de ter alguns vícios de linguagem. Em razão disso, solicitamos aos alunos que minimizem os seus vícios, trocando-os por outros. Se você fala muito “aí”, empregue outras expressões - “prosseguindo”, “como estávamos dizendo”, “dando continuidade”.

Por outro lado, pedimos que eliminem a palavra “entendeu”, pois consideramos que a mesma funciona como uma “espada no peito do ouvinte”, podendo inibir as suas perguntas. Troque a palavra “entendeu” por “alguma dúvida”, “ficou suficientemente claro o que afirmamos”.

O nosso querido Pelé afirmou, recentemente, que deseja abolir o seu conhecido vício de linguagem (entende). Faça como o Rei do Futebol e tenha consciência dos seus vícios de linguagem para depois acabar com eles. Avalie a sua maneira de falar

Atribua nota de zero (pior) a dez (melhor) para as seguintes afirmações:

() Falo com clareza e sou entendido pelas pessoas; () Destaco na voz (volume e ritmo) as palavras mais importantes; () Só falo sobre assuntos que conheço; () Utilizo os gestos para complementar a minha fala; () Interaço com os ouvintes; () Sei ouvir e respeitar idéias e argumentos contrários; () Falo utilizando vícios de linguagem e gírias. Exercícios para a sua voz

Escolha letras de músicas, poesias, textos teatrais e dê vida às palavras, articulando com clareza cada som e sílaba.

Os exercícios que seguem são indicados para todos, principalmente para quem fala muito rápido e de uma forma linear, sem emoção.

16

Persistência e sonho concretizado

Era uma vez um homem que:

Faliu nos negócios aos 31 anos de idade;
 Foi derrotado numa eleição para o legislativo, aos 32 anos;
 - Faliu outra vez nos negócios, aos 34 anos;
 Superou a morte da namorada aos 35 anos;
 Teve um colápsio nervoso aos 36 anos;
 Perdeu nas eleições para o Congresso aos 34, 36 e 48 anos;
 Perdeu uma disputa para o senado com 55 anos;
 Fracassou na tentativa de tornar-se vice-presidente aos 56 anos;
 Foi eleito presidente dos Estados Unidos, aos 60 anos.

O nome deste homem é: Abraham Lincoln!

Faça um breve comentário sobre a persistência. O que leva uma pessoa a concretizar os seus sonhos? Quais as suas principais metas pessoais e profissionais? De que maneira a comunicação poderá ajudá-lo?

Copyright

2005 Carlos Prates (71) 3264-9263

17

O Homem e a Máquina

Tenho prestado muita atenção aos “tempos modernos”. Não tenho nada contra a modernidade. Porém, se modernidade é substituir o homem pela máquina, qual o papel reservado para o ser humano na sociedade do futuro?

Ainda ontem, ao me dirigir a uma agência bancária, fui abordado por um funcionário, que perguntou o que eu desejava. Afirmei que precisava retirar um dinheiro. O mesmo indicou-me um caixa eletrônico. Ressaltei que gosto de ser atendido por ser humano.

Neste momento o funcionário franziu a testa e afirmou com entusiasmo: “O nosso banco investiu milhões de dólares em tecnologia para dar aos clientes mais conforto e rapidez no atendimento...”

Tentei argumentar mais uma vez, porém não obtive êxito. O papel dele era evitar ao máximo que eu fosse atendido no interior da agência, por uma pessoa de carne e osso!

Fui ao caixa eletrônico, retirei o dinheiro e voltei para a minha casa. Enquanto andava, refletia sobre o que acabara de acontecer!

Depois de alguns minutos, cheguei a uma triste conclusão: O papel do homem na “sociedade moderna” talvez seja o de evitar o contato com outros seres humanos!

Estou ultrapassado? Resisto ao novo? Eh!!! se a gente não tomar cuidado, na sociedade do futuro o homem terá que virar máquina para sobreviver.

Exercício: Durante 5 minutos você deve falar sobre as oportunidades e ameaças das novas tecnologias da informação e como será o trabalho humano no futuro.

18

Um sorriso não custa nada e rende muito!

Enriquece quem o recebe e não empobrece quem o dá. Dura somente um instante, mas a sua recordação pode ser eterna.

Ninguém é tão pobre que não possa dá-lo.

Gera harmonia e felicidade no lar e no ambiente de trabalho.

Sinal visível de uma amizade....

Um sorriso representa repouso no cansaço, coragem no desânimo, consolo na tristeza e alívio na angústia!

É um bem que não se pode comprar e nem emprestar. Roubar? Nem pensar! O seu valor é instantâneo e, se não for consumido na hora, desaparece. Porém, se encontrar alguém que recuse a dar um sorriso, seja generoso e dê o seu. Ele é contagioso e afeta, profundamente, quem recebe e quem o dá.

Em cada sorriso há uma chance, uma esperança de amor!

Na comunicação, o sorriso funciona como a luz verde do semáforo: É caminho livre para a interação com o ouvinte.

Em cada sorriso há uma esperança de paz!...

Exercício – Relacione no verso alguns filmes de comédia e desenho animado que você deseja assistir e dar boas gargalhadas. Tome sorvete e deixe se lambuzar como fazia quando era criança.

Copyright

2005 Carlos Prates (71) 3264-9263

19

Exercícios para quem fala leennttoo ou tem a língua “plesa”

Pronuncie estas frases de duas maneiras: uma com rapidez, semelhante ao locutor esportivo e a segunda, de maneira eloqüente, estilo Leonel Brizola.

Caso você tenha a língua presa e troque o “r” por “l”, pegue um lápis de seis lados ou caneta BIC e coloque horizontalmente na boca, a língua por cima e pronuncie estas frases:

Em cima daquela serra tem dois pés de mafagarfo, com dois mafagarfinhos. Quem disser quantos mafagarfos tem, um bom desmafagarfizador será.

Dudu dizia danado da vida: - Dadá, deixe disso, onde vai dar tanta doidice?

Lá vem o velho Félix com o fole velho nas costas. Quanto mais mexem no fole do velho Félix, mais o fole do velho Félix fede.

As folhas do chá da arquiduquesa já estão secas, supersecas ou ressecadas?

Se cem serras serram cem cigarras, seiscentas serras serram seiscentas cigarras e seiscentas e seis serras serram seiscentas e seis cigarras.

Seis caçadores sobre seis sofás cochichavam ao caçador sem sorte: - Seja sortudo sem suspeita e sua sorte salvará seus segredos.

O rato roeu a roupa de renda do rei de Roma, a rainha ruim resolveu remendar.

A vida é um sucesso que sucede sucessivamente sem cessar.

Como ler mais e melhor

Para falar melhor, você necessita ampliar o seu vocabulário. Para atingir este objetivo, torna-se imprescindível o hábito da leitura:

- Dê preferência aos horários em que você estiver mais descansado e com a maior capacidade de concentração;
- Escolha um local confortável, com boa iluminação e o maior silêncio possível (algumas pessoas conseguem ler com fundo musical);
- Ao ler uma quantidade muito grande de páginas, faça uma primeira

20

leitura de maneira superficial, assinalando os temas mais importantes. Em seguida, leia com mais atenção os temas escolhidos;

- Concentre nas frases e não em palavras, assinalando aquelas que não compreendeu, para posterior consulta ao dicionário;
- Ao ler, evite mexer os lábios e a cabeça. Entretanto, de vez em quando utilize a leitura em voz alta e analise se facilita a compreensão dos assuntos;

- Faça com que os seus olhos se movam constantemente para frente e evite que os mesmos retrocedam na leitura. Prossiga, mesmo que não tenha compreendido algumas palavras. Lá na frente entenderá o contexto em que elas foram empregadas;
- Se você não tem hábito de leitura, seja persistente e não desanime;
- Caso tenha filhos pequenos, leia estorinhas infantis, valorizando o tom de voz, o ritmo e volumes adequados.

Analise a sua leitura

1. Você costuma ler quantos livros por mês?
2. Lê jornais e revistas semanais?
3. Tem assinatura compartilhada de revistas e jornais?
4. Já experimentou contar quantas palavras lê por minuto?
5. Como você lê? sentado? deitado? com fundo musical?
6. Visita livrarias e sebos de livros usados?
7. O que você pode fazer para ler mais e melhor?

Copyright 2005 Carlos

Prates (71) 3264-9263

21

Capítulo 3 Como desenvolver a comunicação interpessoal

Você sabe ouvir?

Normalmente, gostamos mais de falar a ouvir. Segundo o ex-presidente Tancredo Neves, “.... uma reunião é boa quando saímos roucos de tanto ouvir”. O excelente comunicador é, antes de tudo, um bom ouvinte. Têm pessoas que “provocam asia em Sonrisal e câimbra em perna de mesa”, quando estão falando. Não é por acaso e temos duas orelhas e uma boca!

Preencha este questionário com SIM ou NÃO.

() Quando fala você consegue ouvir a sua voz? () Tem paciência para ouvir uma pessoa confusa e/ou detalhista? () Reconhece a voz de pessoas

amigas, parentes e clientes? () Após ouvir uma palestra, aula ou participar de reuniões, você é capaz de resumir os principais temas abordados? () Você sabe ouvir, sem interromper e depois retomar a palavra? () Quando ouve uma música, consegue selecionar os sons dos instrumentos – bateria, guitarra, baixo e a voz do cantor?

Coloque-se no lugar do seu interlocutor:

- Seja tolerante com as pessoas que pensam de forma diferente da sua. Evite os julgamentos preconceituosos. Crie condições para que o interlocutor possa falar das suas idéias, sentimentos e valores. Isso não significa que você concordará com todas as suas idéias, nem aceitar os seus argumentos. Hora de falar, falar. Hora de ouvir, ouvir. - Esforce para perceber a comunicação nas entrelinhas, possíveis medos, preconceitos e atitudes da outra pessoa. - Faça perguntas abertas e que comecem em geral por o quê?, como?, quando?, evitando perguntas fechadas, que levam a um sim ou não. - Procure refletir e reordenar as idéias do interlocutor com as palavras dele mesmo, demonstrando-lhe que está entendendo e acompanhando o seu raciocínio.

22

- Crie uma sintonia com o outro, para que ambos fiquem à vontade e assim, a comunicação possa fluir normalmente. Lembre-se de que as pessoas se aproximam pelas semelhanças e não pelas diferenças. A força do pronome “Nós”

Você deve utilizar o pronome “nós” junto ao seu público, uma vez que ele é participativo, um ponto comum entre o orador e os ouvintes. Com ele sentimos fazendo parte da ação, atrai a simpatia e evita que empreguemos o “eu”, pronome que deve ser evitado ao máximo, pois o mesmo pode transmitir arrogância e prepotência. Uso do humor

Sempre que possível, associe o humor com o assunto que está abordando, a não ser que o seu objetivo seja descontrair a platéia. Evite a vulgaridade, piadas preconceituosas e tudo que puder agredir o seu público. Recentemente assistimos a uma palestra e o orador demonstrava ser excessivamente machista, uma vez que todas as piadas que contava debochava da inteligência feminina. Detalhe que ele não observou: mais da metade do seu público era constituído de mulheres!

Cuidado com as histórias longas pois as mesmas podem entediar a platéia. Treine as histórias e piadas junto aos amigos, familiares e avalie a reação. Sendo favorável, conte em suas apresentações.

Quando contamos piadas e histórias de humor nem sempre a platéia sorri. Esteja preparado para pagar alguns “micos”.

Planejando a sua comunicação Para que você se torne um bom comunicador é preciso treinar constantemente, coisas que muitas pessoas não gostam de fazer! Outro aspecto importante é o planejamento.

Copyright 2005

Carlos Prates (71) 3264-9263

23

Vejamos algumas etapas importantes do planejamento:

a) O que falar – se refere ao tema da sua comunicação. Procure conhecer sobre o assunto a ser abordado e selecione o que é mais importante para o seu ouvinte e

não para o seu ego; b) A quem falar – quais são os ouvintes? Todos conhecem o assunto? Caso o público seja heterogêneo, comece pelo “b a bá” até se situarem no tema e depois vá aprofundando um pouco mais;

c) Como falar – diz respeito à forma, ao “molho” da comunicação. Use a sua criatividade para transmitir a mensagem através dos recursos audiovisuais, simulações, exibição de fotos / vídeo, etc. Analise os telejornais;

d) Quando falar – Hoje? Amanhã? Manhã? Noite?

e) Quanto falar – 5 minutos, 10’, uma hora? Tem um ditado popular que afirma: “felizes os oradores que falam pouco, de maneira clara, objetiva e atraente”;

f) Objetivo – O que você deseja que as pessoas façam? Aprendam o assunto da aula e/ou uma habilidade profissional? Mude um comportamento inadequado? Compre um produto? Vote em você?

Como estruturar o seu discurso ou palestra

A depender da sua mensagem, talvez você tenha que dividi-la em quatro partes: 1) Introdução; 2) Preparação; 3) Tema central; 4) Conclusão.

Introdução - A finalidade principal é conquistar a atenção da platéia e para isso você deverá surpreender os ouvintes, trazendo informações novas, úteis e que possam gerar interesse.

Procure criar uma afinidade com o público e lembre-se de que “você não terá uma segunda chance de causar uma primeira boa impressão”. As primeiras impressões são importantíssimas.

Se não tiver alguém para lhe apresentar, fale quem é você, o que já fez, a sua especialidade. Em resumo, são as suas credenciais e tenha o cuidado para não passar prepotência. Se você tem um currículo excepcional, prometa menos e deixe que a sua palestra ou aula demonstre o quanto você é

24

competente! Ofereça motivos para ser ouvido e diga o que as pessoas terão a ganhar lhe escutando, pois elas necessitam de motivos para continuarem atentas à comunicação.

Não peça desculpas a platéia – “desculpe por não ter tido tempo de preparar esta apresentação... por estar afônico... por não dominar o assunto...” Muitas pessoas irão se perguntar: “se não está em condições, por que vai falar?”

Preparação – O objetivo da preparação é facilitar o entendimento da platéia em relação à mensagem que deseja transmitir:

- Fale de maneira breve qual é o tema da sua apresentação, pois assim os ouvintes poderão acompanhar as suas idéias e tenderão a ter maior interesse; - Esclareça qual o problema que deseja solucionar ou faça um histórico do assunto e como irá ajudar a solucioná-lo.

Tema central – Aqui está a essência do seu discurso e você deve falar tudo que planejou. Organize fazendo divisões no tempo (no ano de 1980...), local, compare com algo existente, comente sobre as conseqüências econômicas, sociais, políticas. Para sustentar suas informações, use exemplos irrefutáveis como argumentos, faça comparações, mostre estudos técnicos, testemunhos, etc. Se perceber que os

ouvintes não concordarão com algumas das suas informações, prepare bons argumentos de defesa para as suas idéias.

Conclusão – Nesta parte você deve resumir os pontos mais importantes da sua apresentação e lembrar a platéia sobre suas atitudes em relação as idéias apresentadas. Em outras palavras, o que você espera que as pessoas façam. Outro aspecto importante é passar a sensação de que a sua apresentação está completa. Faça com que a sua comunicação tenha início, meio e fim. Cause uma ótima impressão final, transmitindo positividade e esperança. Analise os telejornais e perceba que a última notícia é sempre boa e tem como objetivo aliviar os telespectadores.

Importante - Quando estamos criando as nossas apresentações, temos como hábito utilizar quatro fichas, uma para cada etapa. No corpo das mesmas vamos colocando frases (tópicos frasais) que auxiliem na construção da mensagem. Ao final, registramos no gravador as falas integrais do discurso e analisamos aspectos relacionados à clareza, objetividade, seqüência lógica, razão, emoção, persuasão, entre outros. Refazemos várias vezes, até

25

encontrarmos a forma ideal. Saiba que começar um discurso ou palestra é algo fácil, porém terminar é que são elas. Pratique bastante, principalmente nas suas primeiras apresentações.

Falar de improviso Algumas pessoas confundem falar de improviso com enrolar a platéia ou falar sobre assuntos desconhecidos. Para muitos ouvintes, falar de improviso significa comunicar sem ler o que está escrito num papel.

Falar de improviso é falar de algo que se conhece, porém não estava previamente acertado que você iria comunicar. Existem alguns casos, a exemplo dos telejornais Bom dia Brasil e Jornal Hoje, em que o “improviso” já é combinado. Ele é feito com bastante competência que o público pensa que os apresentadores estão criando na hora.

Agora vamos improvisar: Você foi ao aniversário de casamento dos amigos Sandro e Regina. Na hora de partir o bolo e cantar os parabéns todos olharam para você e pediram que “fizesse um improviso”. Rapidamente, você lembrou de algumas características marcantes na personalidade dos cônjuges e estruturou a sua comunicação da seguinte maneira:

- Saudação (bom dia, boa tarde ou boa noite);	- Breve história de como Sandro e Regina se conheceram;
- Principais qualidades de ambos e momentos importantes;	- Felicitações e encerramento.

Exercícios para falar de improviso

Escolha algumas destas frases para falar de improviso, durante o tempo mínimo de cinco minutos. Se achar conveniente, registre no gravador ou câmera de vídeo:

- 1) Toda nação que se preza não abre mão de três coisas: orgulho nacional; - esperança coletiva e moeda estável (John Stuart Mill);
- 2) A receita para o sucesso na comunicação é treinar, treinar e treinar!
- 3) Em briga de casal, quando um não quer os dois brigam. (Flávio Conti);

26

- 4) Para que um grande sonho se torne realidade, você precisa primeiro de um grande sonho (Hans Seyle);
- 5) Não existe nada permanente, exceto a mudança (Heráclito);
- 6) A verdade deve ter escravos e não donos (Carlito Maia);
- 7) Escrever é uma questão de colocar os assentos (Machado de Assis);
- 8) Toda mudança é boa, nem que seja para descansar o outro lado da bunda (Milôr Fernandes);

Importante - Leia um artigo de jornal ou revista e em seguida faça um resumo. A improvisação deve ser feita citando um fato que contrarie ou concorde com o referido artigo.

Escolha um tema polêmico, a exemplo do aborto, religião, casamento entre homossexuais e defenda o seu ponto de vista. Em seguida, fale contrariando o que acabara de afirmar. Desta forma, você estará treinando o improviso e a capacidade de argumentação com base no pensamento divergente.

Use a sua criatividade para comunicar No processo da comunicação você deve planejar o conteúdo (assuntos a serem abordados) e a forma (como você vai dizer), levando em consideração o perfil e as expectativas da sua platéia. Vejamos o seguinte exemplo: Você foi convidado para falar sobre o tema A Moda no Século XXI. De posse das informações que você deseja transmitir, o passo seguinte é definir de que maneira as idéias sairão da sua cabeça para as cabeças dos ouvintes.

Nesse caso, faça a seguinte pergunta a si mesmo: Como posso transmitir este assunto de maneira atraente e que dê prazer aos meus ouvintes? O que vou usar além da minha voz e do meu corpo? Devo fazer uma apresentação em datashow? Vou mostrar os produtos? Usarei fotos? Alguém irá vestir as roupas? Posso utilizar uma música?

Somos admiradores do apresentador de TV Sílvio Santos e ele tem muito a nos ensinar em relação ao ato de comunicar com criatividade,

27

simplicidade e carisma. Vejamos o caso do programa Show do Milhão. Sílvio Santos utiliza bastante a espontaneidade, procurando deixar o participante e o seu familiar bem a vontade, fazendo perguntas sobre a profissão, cidade onde mora, quanto deseja ganhar e o que deseja comprar.

Para falar com os telespectadores ele utiliza a lente das câmeras e uma linguagem coloquial e de fácil entendimento, além de pronunciar bastante a palavra “você”, objetivando fazer com que cada pessoa sinta que a mensagem é exclusiva para ela. De agora em diante passe a observar estes detalhes e você aprenderá técnicas preciosas de comunicação e como persuadir os ouvintes.

O que é criatividade?

Em todas as turmas do nosso curso procuramos focar o tema Criatividade na Comunicação e iniciamos falando sobre as mais variadas definições dadas por pensadores e o povo:

- Criatividade é uma forma de loucura; (Platão) -
- Processo natural que obedece a leis imprevisíveis; (Kant) -
- É tirar do nada, é fazer do velho o novo; -
- Criatividade é um estado permanente de insatisfação com as

coisas já existentes; - Pensar diferente da maioria das pessoas sobre um mesmo problema.

Em seguida, discutimos o que pode ser feito para aplicar a criatividade na comunicação, com base nas sugestões abaixo:

- 1) Saiba que há um tesouro em sua cabeça - uma mina de ouro entre as suas orelhas. Use e abuse da arte de inovar.
- 2) Sempre que possível escreva pelo menos uma idéia sobre estes assuntos: - Como posso melhorar a minha comunicação; - como eu posso fazer meu trabalho melhor; - como eu poderia ajudar outras pessoas; - como eu poderia ser mais feliz.
- 3) Perceba o que está sendo apresentado de forma óbvia ou de maneira pouco comum. Enxergue o mundo com o olhar curioso de uma criança.

28

- 4) Faça anotações e tenha sempre em mãos papel e caneta. Anote tudo que for importante e não confie na memória. Caso possível, compre um microgravador e tenha-o sempre com você.
- 5) Armazene idéias, criando um arquivo com os mais diversos assuntos. Pesquise informações importantes e amplie os seus conhecimentos.
- 6) Observe cuidadosamente tudo em sua volta. Faça combinações as mais absurdas possíveis e analise os resultados.
- 7) Desenvolva uma forte curiosidade sobre pessoas, coisas e lugares. Ao falar com outra pessoa faça com que ela se sinta importante. Viaje, tire um final de semana para conhecer melhor o lugar onde mora. Você terá surpresas maravilhosas.
- 8) Aprenda escutar e a ouvir, tanto com os olhos, quanto com os ouvidos. Perceba o que não foi dito verbal ou corporalmente.
- 9) Descubra novas fontes de idéias através de pessoas, livros, jornais, revistas, internet, televisão, rádio, etc.
- 10) Compreenda primeiro, depois julgue. Abaixo o preconceito!
- 11) Procure ter uma atitude positiva e otimista. Isso o ajudará na realização dos seus objetivos e a enfrentar eventuais dificuldades nas apresentações.

12) Escolha uma hora e um lugar para pensar alguns minutos por dia.

Utilize o verso desta página para relacionar idéias que possam ajudá-lo na comunicação, oratória e marketing pessoal. Exercício – Grave os telejornais, cenas de filmes, novelas, programa de entrevistas e analise os aspectos relacionados à criatividade na comunicação.

Copyright

2005 Carlos Prates (71) 3264-9263

29

Capítulo 4 Como usar os recursos audiovisuais

“O homem é uma cidade que tem cinco portas”, diz um antigo provérbio indú, referindo-se evidentemente aos cinco sentidos através dos quais o homem toma co-

nhecimento do mundo exterior. Pode-se afirmar que desde os tempos mais remotos há uma preocupação com o uso dos sentidos na comunicação. Vantagens e desvantagens no uso dos recursos audiovisuais

Embora as estatísticas abaixo favoreçam o uso dos recursos audiovisuais, devemos ressaltar que os mesmos podem provocar um grande estrago, quando não utilizados corretamente. Certamente você já teve que suportar apresentações em que alguém escreveu um número incontável de idéias em slides, transparências, flipchart e depois começou a ler para a platéia. Isso é realmente muito cansativo.

Os recursos audiovisuais somente devem ser utilizados em situações imprescindíveis para o entendimento da mensagem. Um outro aspecto importante é a adequação dos recursos audiovisuais.

A principal função do audiovisual é fazer a mensagem chegar clara e objetiva para todos os ouvintes, além de tornar a apresentação mais agradável.

Abaixo relacionamos algumas estatísticas que demonstram as vantagens do uso de recursos audiovisuais.

Aprendemos

1% através do gosto 1,5% através do tato 3,5% através do olfato 11% através do ouvido 83% através da vista

30

Retemos

10% do que lemos 20% do que escutamos 30% do que vemos 50% do que vemos e escutamos 70% do que ouvimos, vemos e logo discutimos 90% do que ouvimos, vemos e logo realizamos

Método de ensino	dados retidos	dados retidos
depois de 3 horas	depois de 3 dias	

Somente oral	70%	10%	Somente visual	72%	20%	Visual e oral simultaneamente	85%	65%
--------------	-----	-----	----------------	-----	-----	-------------------------------	-----	-----

Desvantagens

Geralmente não tomamos alguns cuidados necessários para a utilização dos recursos e eles nos prejudicam, ao invés de ajudar na transmissão das idéias: - via de regra as letras são pequenas e de péssima qualidade; - podem distrair (ou entediar) a platéia, principalmente quando colocados inúmeros efeitos especiais ou quantidade de slides / transparências acima do suportável; - você passa a ter uma preocupação a mais com a sua palestra, uma vez que deverá dominar o uso dos recursos e se os mesmos estarão em condições de uso. Como utilizar os recursos audiovisuais

Slides – Com a evolução da editoração eletrônica estes recursos estão cada vez mais sendo usados. Os slides, quando bem feitos, podem salientar seus pontos principais, acrescentar variedade e dinamismo à sua apresentação e prender a atenção da platéia. Entretanto, eles possuem duas grandes desvantagens: sua projeção exige que a sala seja parcial ou totalmente escurecida, sendo um convite para uma soneca; a sua ordem é inflexível e uma vez colocados no carrossel, você não poderá modificar a sua disposição enquanto fala. Por último, utilize em quan-

tidade suportável e não fique exibindo de maneira muito rápida, dando pelo menos 20 segundos, por slides, para que a platéia entenda a mensagem.

31

Transparências – Retroprojeter e Datashow (através do PowerPoint). Estes recursos são excelentes e facilitam o entendimento da mensagem. A sua criação é mais fácil que a de slides e o programa PowerPoint é genial. Porém, tenha alguns cuidados:

a) não deixe para fazer a sua apresentação de última hora; b) verifique os erros de ortografia; c) Utilize somente as informações relevantes e não faça delas uma “muleta” para a sua fala, colocando muito texto para ser lido na frente da platéia; d) numere os slides e transparências; e) ensaie a sua apresentação e o manuseio do equipamento; f) fale sobre o que você está mostrando; g) não dê destaque exagerado ao logotipo da sua empresa; h) não use todo o texto em maiúsculas ou em minúsculas; i) não use texto demais; j) não misture muitos tipos de letras. Máximo de 3 fontes; k) não saliente tudo, pois a exceção será salientada; l) não use muitas cores – uma para o fundo, uma para os títulos, outra para o corpo do texto. Use uma cor escura para o fundo – talvez azul ou roxo – com títulos amarelos e o corpo do texto em branco, por exemplo. Na dúvida sobre a combinação das cores, contrate o trabalho de um profissional. Sairá mais barato do que a sua dor de cabeça e valorizará a sua apresentação, podendo ser reutilizada em breve. Importante - Não espere que as cores do seu slide e transparências tenham a mesma aparência que na tela do computador.

Retroprojeter – alguns cuidados:

- Use um projetor com duas lâmpadas ou tenha uma lâmpada de reserva e teste o aparelho com antecedência mínima de 30 minutos;
- Leve uma extensão e um adaptador. Você não pode encaixar pinos quadrados em buraco redondo, mas pode encaixar um plugue de três pinos em uma tomada de dois furos;
- Use menos transparências, mostrando apenas partes delas. Esta técnica é chamada “revelação gradual”. Você revela gradualmente o que está na transparência. Quanto menos transparências você precisar fazer e manusear, menos problemas você terá.

32

Onde ficar

Você deve ficar próximo à tela e não ao aparelho. Não fale com os elementos visuais e sim para o público que lhe ouve, portanto, evite ficar de costas para a platéia. Um outro detalhe importante é que as pessoas instintivamente olham para onde você estiver olhando. Assim, quando desejar chamar atenção das pessoas para algo na tela, gire o seu corpo para o lado e fale com o elemento visual ali colocado. Todos irão seguir o seu gesto.

Flipchart - É um bloco de papel grande, montado sobre um cavalete, semelhante a um risque-rabisque. Ele é bastante versátil e você pode escrever enquanto fala ou preparar antecipadamente as páginas. Seu funcionamento é sempre perfeito – a menos que sua caneta marcadora seque. O seu transporte é fácil e não precisa ligar e desligar, além do pequeno custo. Agora, vamos a má notícia. Ele é adequado para grupos pequenos - máximo de 30 pessoas, a depender da arrumação da sala. Ideal para turma no formato de “U”, pois favorece a visão de todos os participantes.

Erros mais comuns no uso do flipchart:

- Palavras demais – coloque tópicos e textos essenciais, deixando pequenos espaços em branco para você completar, se for o caso;
- Não escreva em toda a folha de papel. Utilize a escrita em dois terços superiores. Isso deve ser feito, principalmente quando alguns ouvintes estiverem na frente de outros;
- Escrita pequena demais – O tamanho da letra deve possibilitar que todos enxerguem o que está escrito;
- Cores que dificultam a visualização – Procure usar o azulmarinho e o preto, uma vez que possibilitam uma boa visão para quem estiver no fundo da sala. Limite-se a duas ou três cores, no máximo.

Vídeos – Os vídeos são extremamente úteis para a compreensão da mensagem. Use-os em segmentos curtos para salientar os pontos principais e aumentar o interesse da platéia. Se você estiver exibindo um vídeo para grupos pequenos, utilize uma televisão de tamanho médio ou grande (de preferência). Para grupos grandes, utilize um telão (a tarefa exige ajuda de profissionais). Assista antecipadamente ao vídeo e verifique a qualidade do conteúdo e da forma (cuidados com a cor e a qualidade do áudio). Caso ele tenha mais de 30 minutos, procure exibir em duas etapas ou selecionando algumas partes.

33

Outras idéias para uso do vídeo - Utilize comerciais de televisão, cenas de filmes ou até mesmo a exibição integral de filmes se os mesmos ajudarem a tornar a sua apresentação mais clara e dinâmica.

Utilização de áudio - Analise a possibilidade de utilizar a música, exercícios de canto e videokê para motivar os ouvintes. A música tem uma força muito grande e ajuda na transmissão e fixação da mensagem.

Quando distribuir o material de apoio - Todos sabem que não se deve distribuir apostilas, folhetos ou qualquer material didático antes de começar a falar. Eles distraem os participantes e os mesmos ficam lendo o material, deixando de prestar atenção a sua mensagem.

O momento apropriado para distribuir o material de apoio depende do objetivo. Se os impressos resumem suas idéias e apresentam informações suplementares, então distribua-os depois de sua apresentação. Contudo, se os impressos incluem exercícios com a participação da platéia ou outros materiais que você deseja mencionar enquanto estiver falando, distribua-os antes de começar.

Microfone – Em algumas pessoas ele pode causar medo e inibição. Isso ocorre em virtude da falta de prática do comunicador e está associado ao mundo artístico. Os principais modelos são:

- Microfone de punho (com ou sem fio) – Geralmente ele capta som na parte superior ou também lateral e deve ser usado numa distância de até 15 centímetros da boca, a depender da qualidade do mesmo e potência do amplificador. Para verificar se o equipamento está ligado basta pronunciar algumas frases. Não bata na sua extremidade, uma vez que provoca um barulho horrível e pode danificá-lo. Cuidado ao caminhar com o microfone para não tropeçar ou ficar enrolado no fio;

- Lapela – Ele fica preso à roupa, um pouco abaixo do queixo. Bastante prático e favorece os movimentos do comunicador. Evite ficar mexendo na roupa, gravata principalmente, para não provocar ruídos estranhos;

- Mesa – Como ou sem fio, preso em uma pequena haste e colocado em cima da mesa;

34

- Pedestal – Com ou sem fio, preso em um pedestal, a exemplo daquele utilizado pelo nosso querido Roberto.

Perfil da sua platéia Para que possamos comunicar bem e, conseqüentemente, realizarmos uma boa aula, palestra e apresentações em geral, necessitamos conhecer o perfil dos participantes.

O solitário – Como o nome indica, esse participante prefere ser deixado sozinho e considera-se auto-suficiente. Geralmente é atencioso e participativo, freqüentemente mostrando um tipo de personalidade que parece ser perfeita para um treinamento, palestra ou workshop. O problema é que ele, de maneira geral, prefere ter o mínimo de envolvimento possível com as outras pessoas e a tendência é se isolar.

Como lidar com o solitário – Sendo possível, verifique quais os seus gostos – esporte, música, cinema, trabalho e crie alguma atividade para integrá-lo ao grupo.

O quieto – Em quase todos os eventos existirão participantes mais quietos que outros. Um dos erros que muitos professores e palestrantes cometem é exigir igual participação das pessoas quietas.

Como lidar com o quieto – Quando possível, principalmente em grupos menores, faça exercícios em que o quieto possa assumir papéis de líder ou relator. Isso contribuirá para que o mesmo assuma papéis de liderança nos grupos pequenos e comece a se relacionar com os demais participantes.

O amável – Ele está o mais perto possível do participante modelo. Obediente e pronto para realizar os desejos do professor ou palestrante. A maior preocupação com o treinando amável é a sua crença cega. Geralmente ele concorda com tudo que é dito pelo comunicador, palestrante e professor.

Como lidar com o amável – Faça o amável pensar por si mesmo.

O lamuriendo – Agora vamos sair da alegria e do entusiasmo do participante amável para o desalento negativo do lamuriendo. Você está lidando com um tipo de personalidade que geralmente é depressivo, desanimado e passa esse tipo de sentimento para o grupo.

35

Como lidar com o lamuriendo – Esse participante parece representar um grande obstáculo para o sucesso do treinamento ou palestra. Tenha cuidado com as perguntas que você fizer a ele e não hesite, quando possível, em usar as seguintes táticas:

- Chame-o para tomar um café e demonstre interesse em conhece-lo. Um simples “como vai” pode funcionar muito bem. - Reconheça a existência dos seus problemas. Um simples “eu posso entender sua frustração” é tudo que ele deseja ouvir.

O iluminado – o famoso “sabe tudo”. Gosta de informar ao grupo a sua grande experiência em seja lá qual for o assunto que estiver sendo discutido. Semelhante ao franco atirador, ele gosta de concorrer com o palestrante ou professor.

Como lidar com o iluminado – O iluminado possui um ego muito carente de elogios e deseja que todos os participantes saibam como ele é brilhante nos assuntos que estão sendo discutidos. Conduzido apropriadamente, o iluminado pode tornar-se o melhor amigo do professor ou palestrante.

O brincalhão – Similar ao iluminado, a personalidade desse participante é logo revelada. Geralmente é sabichão e muito agressivo.

Como lidar com o brincalhão – Para trabalhar com o brincalhão requer apenas um pouco de psicologia. Massageie um pouco o seu ego, dando-lhe a oportunidade de agir, porém de forma controlada. Você pode escolhê-lo para se apresentar como voluntário em alguma atividade ou envolva-lo em estudo de casos, contar uma piada no início e final da apresentação. Isso estimulará o grupo e você ganhará um forte aliado.

O franco atirador – Talvez ele seja o mais perigoso dos tipos de personalidades. Como um verdadeiro franco atirador, ele utiliza como cobertura os demais participantes. Tem como característica o desejo de competir com o professor ou palestrante. Envergonhe o iluminado, o brincalhão ou qualquer outro participante e você poderá estar criando um franco atirador em potencial.

Como lidar com o franco atirador – Converse com ele durante um café e faça-o “jogar no seu time”. “Olha Paulo, se não for incômodo, eu estava pensando em contar com a sua ajuda neste treinamento. Estou percebendo que você é muito experiente nesse assunto e gostaria de contar com você. Como é do seu conhecimento, os demais participantes não possuem a mesma experiência

36

e, sendo possível, ajude-os no processo de aprendizagem. Posso contar com a sua ajuda?”

Motivando os ouvintes Preste bem atenção neste tema e saiba porque muitos comunicadores deixam os seus ouvintes irritados:

1. O conteúdo da apresentação é fraco ou sem novidade para a platéia, não correspondendo às suas expectativas;
2. Comunicador sem entusiasmo, confuso, prolixo, arrogante e/ou que não consegue interagir com o público;
3. Os ouvintes estão cansados de tanto ouvir, com fome, sede, etc;
4. Orador não foi capaz de convencer a platéia ou a mesma rejeitou as suas idéias;
5. Recursos audiovisuais de má qualidade, a exemplo de transparências ou slides com letras pequenas ou em excesso, som alto, baixo ou com interferências, inadequação do “meio” escolhido para transmitir a mensagem;
6. Calor ou frio em excesso, barulhos internos ou externos, cadeiras desconfortáveis e excessivo número de participantes;
7. Outros motivos. Este espaço é seu para relacionar alguns motivos que irritam os ouvintes.

Agora vamos falar do que motiva a platéia. Tem um ditado popular que resume o fator mais importante: “Diga-me o que eu tenho a ganhar que lhe darei todo o tempo do mundo”. Quando uma pessoa assiste a uma palestra, aula, seminário ou participa de uma reunião, ela deseja ter a recompensa pelo seu esforço. Coloque-se no lugar dos seus ouvintes e faça as seguintes perguntas:

- O que as pessoas ganharão com minha exposição? Algum bem material ou a possibilidade de aumentar seus rendimentos?
- Como base em meus argumentos as pessoas conseguirão economizar tempo ou dinheiro? Poderão obter um novo

relacionamento, um amigo ou realizar uma meta pessoal ou profissional? - Minha apresentação proporcionará mais saúde, melhor aparência, jovialidade, um corpo mais bonito?

Para que você motive os ouvintes, faça o contrário daquilo que os irritam e transmita idéias úteis para a platéia, atuando de maneira espontânea, clara e objetiva.

37

Como ser persuasivo ao falar

Persuadir é descobrir todos os meios disponíveis para influenciar os outros. Para atingirmos este objetivo, necessitamos ter credibilidade e passar a mensagem de maneira clara, objetiva e que prenda a atenção do ouvinte.

Vejam o caso do Presidente Lula. Sempre que ele recebe personagens do mundo artístico e esportivo, normalmente utiliza os instrumentos de trabalho destes profissionais – guitarra, câmera de cinema ou televisão, bola de futebol, etc. Com isso, ele diz para os telespectadores, “olha, eu sou igual a você. Me aceite e goste de mim”. Observe a maioria dos discursos e perceberá que o Presidente utiliza estorinhas e/ou metáforas facilmente compreendidas por todas as pessoas, principalmente quando ele fala através da TV e/ou rádio. Ele deseja ser entendido por todos os ouvintes. Fique de olho e você aprenderá com o Presidente, demais políticos, apresentadores de televisão e religiosos sobre a arte de persuadir e influenciar pessoas.

Fatores importantes no processo de persuasão:

Atitudes – As atitudes referem-se a sentimentos positivos ou negativos que se tem sobre as pessoas, coisas e idéias. Você já observou quantas pessoas no mundo desejam se identificar com o jogador de futebol Ronaldinho? Geralmente buscamos ficar parecidos com as pessoas que admiramos, seja através do corte de cabelo, uso da camisa, da forma de vestir, de pensar, comprando produtos que os famosos anunciam, etc.

Valores – Os valores referem-se a diretrizes importantes que orientam sua vida. Tratar a outra pessoa com honestidade e cortesia representa um valor e poderemos ou não acreditar no comunicador, conforme os seus argumentos e de que maneira as idéias estarão em sintonia com os nossos valores.

Credibilidade – Se você tem alta credibilidade é porque a sua história, os seus valores, conhecimento sobre o assunto a ser comunicado, a maneira de vestir, falar e construir os argumentos são capazes de formar uma boa imagem a seu respeito.

Importante – Grave alguns programas de Sílvio Santos, comerciais de televisão e depois analise cuidadosamente as palavras, o testemunho de pessoas, imagens, iluminação, figurino dos atores e tudo que foi utilizado para informar, persuadir e divertir o telespectador.

38

O Carisma do comunicador

O dicionário Aurélio tem as seguintes definições para a palavra carisma: força divina conferida a uma pessoa, mas em vista da necessidade ou utilidade da comunidade religiosa; atribuição a outrem de qualidades especiais de liderança, derivadas da sanção divina, mágica, diabólica ou apenas de individualidade excepcional; conjunto dessas qualidades especiais de liderança.

A pesquisadora americana Doe Lang identificou várias palavras que traduzem o que é carisma: “Sedução, mágica, originalidade, atração, charme, dinamismo, presença, magnetismo, personalidade, confiança, força, poder, persuasão, desinibição, comunicação...”

Recentemente fizemos um debate com os nossos alunos sobre o tema carisma e solicitamos que fossem analisadas atitudes comuns aos comunicadores famosos e como isso refletia no carisma e na capacidade de persuadir: • Eles sorriem com facilidade; • São persuasivos e dizem o que o ouvinte quer escutar; • Sabem passar energia, entusiasmo e motivação; • A grande maioria fala com clareza e objetividade; • Trabalham adequadamente as técnicas do marketing pessoal; • Realizam ações em favor dos mais carentes; • Transmitem confiança, sucesso e alegria em viver; • Geralmente exercem papéis de liderança; • Muitos sabem ouvir com atenção.

Em seguida, pedimos aos alunos que avaliassem se estas características poderiam ser desenvolvidas. A resposta foi sim!

Não queremos com isso negar a influência hereditária e genética, porém acreditamos que algumas características confundimos como genéticas e que na verdade são copiadas dos modelos familiares (pais, irmãos, tios, avós) e de outras pessoas com quem relacionamos ao longo da vida, através dos livros que lemos, dos ídolos da tv, rádio, cinema, teatro, música, etc.

Exercício – Relacione quais comunicadores famosos e anônimos você acha carismático e o que pode aprender com eles!

39

Exercício para você praticar em casa e no trabalho

Conforme afirmamos anteriormente, os exercícios são fundamentais para que você se torne um campeão da oratória e/ou vença a timidez. Seja determinado e coloque em prática estes e outros exercícios:

- 1) Em frente ao espelho, leia notícias de jornal como se fosse um locutor de rádio ou televisão. Interprete algumas canções, poemas e sonetos, dando-lhes sentimentos. Avise aos familiares que “não ficou maluco” e que é apenas um exercício para saborear as palavras;
- 2) Se tiver uma filmadora ou gravador, utilize para registrar o seu exercício e depois analise a sua voz, gestos, olhar, postura corporal, etc. Interrompa as partes que não gostou e faça novas apresentações;
- 3) Assista um bom filme no cinema ou em vídeo, observando os diálogos, os efeitos audiovisuais, a movimentação dos atores, as expressões faciais, tom e ritmo da voz. Sugestões de filmes: O Advogado do Diabo; Casablanca; O Poderoso Chefão I; D. Juan de Marco; Cinema Paradiso. Para analisar a expressão corporal, sugerimos os filmes de Charles Chaplin – o inesquecível Carlitos;
- 4) Assista à televisão com espírito crítico, observando as vozes (volume, ritmo e entusiasmo), as expressões faciais, as roupas dos apresentadores e atores, cenários e iluminação;
- 5) Analise os telejornais e perceba como os mesmos são concisos e harmonizam os recursos audiovisuais, combinando com a voz, gestos e posturas dos apresentadores. Eles dizem muito em pouco tempo;
- 6) Grave vários comerciais de televisão e analise os argumentos utilizados para persuadir o consumidor;
- 7) Procure assistir algumas palestras, conferências, seminários e cursos para o aperfeiçoamento das técnicas de comunicação;
- 8) Cante em casa e/ou em um videokê e pague vários “micos”. Comunicador que se preza tem que conviver com eles, pois são inevitáveis. Dance,

descubra o lado lúdico da vida. Assista a um bom filme infantil e dê gostosas gargalhadas. Libere a criança que há dentro do seu coração; 9) Exercite seu corpo. Ande bastante. Escolha exercícios físicos que lhe agradem e aproveite-os para eliminar tensões. Se possível, participe de uma oficina de teatro. Este espaço é seu. Quais as suas dicas?

40

Capítulo 5 Você é uma marca: - Saiba valorizá-la!

Talvez você nunca tenha parado para pensar, mas, temos algumas semelhanças com os produtos e serviços que consumimos no dia-a-dia: Temos um nome; uma embalagem; atendemos necessidades; somos encontrados em um determinado local; cobramos pelos serviços e fazemos propaganda.

Façamos uma comparação com um produto que gostamos de consumir: - qual o seu nome (marca)? como é a sua embalagem? quais necessidades ele nos atende? aonde é encontrado? qual o preço? como ficamos sabendo da sua existência?

Semelhante aos produtos e serviços, também podemos desaparecer do mercado em função da concorrência, caso não reinventemos as nossas habilidades pessoais e profissionais.

É certo que em profissões autônomas, a exemplo de advogados, professores, médicos, dentistas, consultores, entre outras, estas comparações são mais facilmente identificadas. Porém, elas se aplicam a todos os profissionais.

Um outro aspecto importante é saber o que diferencia você dos outros profissionais. Vivemos num mundo extremamente competitivo! Comece agora mesmo a visualizar-se de modo diferente. Você é um “simples funcionário” da sua empresa ou é “membro de uma equipe”? Você faz falta na sua empresa? As pessoas gostam do seu trabalho? O que você fará se ficar desempregado? Você faz Marketing Pessoal?

A competitividade está cada vez mais acirrada no mundo profissional, o desemprego aumenta e desejamos estar entre aqueles que continuarão no mercado de trabalho. Para isso investimentos em novos conhecimentos - graduações, pós, MBA, mestrados, doutorados e idiomas. Com isso procuramos nos diferenciar dos demais profissionais.

41

É nesse contexto que entra o marketing pessoal. Conceituamos como marketing pessoal “o conjunto de habilidades intrínsecas ao seu corpo, a exemplo de cantar, dançar, vender, comunicar, transmitir conhecimentos”, destinadas a suprir necessidades de pessoas.

Para ficar mais fácil compreender este conceito, analisemos o caso do professor, um pianista, cantor, médico, político, cientista, entre outros. Esses profissionais trazem em suas cabeças conhecimentos e os utilizam através do corpo. Estes profissionais são seres humanos e ao mesmo tempo produtos (o que pode ser tocado) ou serviços (não se pode tocar), através dos conhecimentos e habilidades que adquiriram e vendem para os seus clientes.

Quando perguntamos aos alunos o que é marketing pessoal muitos afirmam que é fazer propaganda, é promover a própria imagem. É certo que também é isso, porém só a propaganda não é suficiente. É preciso ser competente, ético, correspon-

der às expectativas dos clientes. Muitas vezes somos induzidos a procurar ajuda de um determinado profissional em função de tê-lo visto na televisão. Entretanto, poderemos ter uma grande decepção entre o que foi prometido na TV e aquilo que efetivamente recebemos. Nesse caso, a propaganda foi enganosa e não conceituamos como um bom marketing pessoal.

Importante – O marketing pessoal somente poderá lhe ajudar se você for competente, ético e realmente corresponder às expectativas do cliente. Caso contrário ele trabalhará contra você!

Caso você não faça marketing pessoal, assinale algumas das razões.

() Você não foi criado assim. Na família e na escola pediram para não ser exibicionista () Você não sabe como fazer () Você presenciou exemplos negativos no trabalho e acha que isso é coisa de bajulador () Por timidez e/ou medo de ser famoso () Falta de tempo ou comodismo

É bom lembrar que construir um marca leva tempo e para ser destruída, bastam alguns minutos. Procure desenvolver competências que solidifiquem a sua marca pessoal, seja ético e construa um bom relacionamento com as pessoas, objetivando ajudar e ser ajudado por elas. A vida é feita de relacionamentos com pessoas.

42

Exercícios – Simule uma entrevista de emprego e fale sobre as suas competências e habilidades profissionais e pessoais; Faça um anúncio para os “classificados do amor” anunciando as suas qualidades;

Vista-se de maneira mais elegante e fique em frente ao espelho olhando o seu novo visual. Analise o que gostou e o que pretende mudar.

Plano de ação – No verso, relacione ações que deseja colocar em prática para melhorar o seu marketing pessoal.

Faça a sua própria avaliação

Após cada apresentação, procure avaliar o seu desempenho, atribuindo notas de zero a dez para os seguintes itens:

- a) Conhecimento dos temas abordados
- b) Postura corporal
- c) Clareza e objetividade na apresentação
- d) Voz
- e) Olhar
- f) Gestos
- g) Uso dos recursos audiovisuais
- h) Marketing Pessoal
- i) Interação com o público
- j) Vícios de linguagem
- k) Capacidade de persuasão

43

l) Relacione outros itens importantes

Dividir o total das notas pelo número de quesitos analisados.

Média:

Premiação – Após o seu show, compre uma medalha ou troféu e dê a si mesmo de presente. Não espere que as pessoas façam isso. Infelizmente a maioria não está preparada para estimular os iniciantes. Você vai gostar de ver a sua coleção de troféus e se lembrará destes gostosos momentos!

Mensagem final

Amigo leitor, chegamos ao final dessa nossa viagem pelo mundo maravilhoso do livro e desejamos que as idéias aqui mencionadas possam ajudá-lo a melhorar a sua comunicação interpessoal e a oratória.

Vivemos a era do conhecimento e da troca de informações. Desenvolva o seu potencial de comunicador e terá uma nova habilidade profissional de grande importância para a Sociedade.

Não se acomode, treine exaustivamente e procure enfrentar os novos desafios. Tem um ditado popular que diz: “pé que não anda não toma topada”! Complementamos dizendo que “não conhece novos lugares e não realiza os seus sonhos”.

Bibliografia

ADLER, Stella – Técnica da Representação Teatral – Civilização Brasileira, 1988 - 144 p. BARBEIRO, Heródoto – Você na Telinha – Como usar a mídia a seu favor, Futura – 2002 – 135 p. BALLBACK J. e J. Slater – Marketing Pessoal – Ed. Futura – 2000 – 114 p. CARNEGIE, Dale – Como Falar em Público e Influenciar Pessoas no Mundo dos Negócios – Ed. Record – 1962 – 220 p. CLARK, Walter – O Campeão de Audiência - Ed. Best Seller – 1991 – 409 p. CUNHA, Albertino Aor da - Telejornalismo – Ed. Atlas – 1990 – 135 p. DILENSCHNEIDER, Robert L. – Poder e Influência – Dominando a Arte da Persuasão – Ed. Record – 1990 – 251 p.

44

GIACOMANTONIO, Marcello – Os Meios Audiovisuais Ed. Edições 70 – 1976 – 196 p. JOLLES, Robert L. Como conduzir seminários e Workshops Ed. Papirus 1995 - 281 p. KUSHNER, Malcolm Como Falar em Público – Ed. Campus e IDG, 2000 – 394 p. MACEDO, Cláudia; FALCÃO, Ângela; ALMEIDA, José Mendes Cândido – Ed. Brasiliense – 1988 – 301 p. OGILVY, David A Publicidade Segundo Ogilvy – Ed. Prêmio Editorial, 1985 – 235 p. PENTEADO, J. R. Whitaker – A Técnica da Comunicação Humana Pioneira, 1993, 325 p. PENTEADO, Lea – Um Instante, Maestro – Ed. Record, 1993 – 251 p. PIGNATARI, Décio – Signagem da Televisão – Ed. Brasiliense, 1984 – 171 p.. POLITO, Reinaldo – Como falar corretamente e sem inibições- Ed.Saraiva, 1992 - 265 p. REIS, Antonio de Pádua – Oratória, Liderança e Eficiência Pessoal Ed. Atlas, 1964, 260 SARTINI, Ione – Comunicação – Caminho para o Sucesso, Tecnoprint Ltda 1980 – 198 p. SODRÉ, Muniz – O Monopólio da Fala – Ed. Vozes – 1977 - 135 p. TEODORO, Gontijo – Jornalismo na TV, Ed. Tecnoprint, 1980 – 161 p. WEIL, Pierre e Tompakou, Roland – O Corpo Fala – A linguagem silenciosa da comunicação não-verbal – Ed. Vozes, 1990 – 288 p.