

ORATÓRIA:
COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO
PESSOAL E PROFISSIONAL EM CONTEXTOS MÚLTIPLOS

ORATORY:
COMMUNICATION AS A STRATEGY FOR THE PERSONAL AND
PROFESSIONAL DEVELOPMENT IN MULTIPLE SETTINGS

Denise Abadia Pereira Oliveira¹

RESUMO:

Aprimorar capacidades é uma das razões que movem a existência do ser humano. Na conjuntura atual, comunicar-se bem é uma aprendizagem desejada por muitos, que não a tem como nata e, comungam da ideia de que pode ser desenvolvida através de posturas e atitudes que criam condições para isso. Investir no crescimento pessoal e profissional inclui adquirir capacidades que fazem a diferença e facilitam a dinâmica das relações humanas. Diante disso, o presente artigo aborda a comunicação como vantagem competitiva e analisa questões que envolvem a Oratória como estratégia para o desenvolvimento pessoal e profissional. Analisa vários fatores que contribuem para uma apresentação bem sucedida, e ainda elenca ações imprescindíveis que colaboram para a realização de uma apresentação que realmente cumpra seu objetivo.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Desenvolvimento; Apresentação.

ABSTRACT:

Improving capabilities is one of the reasons that drive the existence of human beings. At the present juncture, communicate well is a desired learning for many, who do not have as cream and they share the idea that can be developed through postures and attitudes that create conditions for this. Invest in the personal and professional growth includes acquiring capabilities that make the difference and facilitate the dynamics of human relationships. Therefore, this article addresses the communication as a competitive advantage and examines issues surrounding the Oratory as a strategy for personal and professional development. It analyzes various factors that contribute to a successful presentation, and also lists essential actions that contribute to the realization of a presentation that really meet your goal.

KEYWORDS: Communication; Development; Presentation.

01 – INTRODUÇÃO

No mundo atual, as pessoas ficam expostas às situações diversas em que lhes são cobradas muitas habilidades. Entre elas, destaca-se a comunicação. Conversar, negociar, defender ideias, dar entrevistas, vender produtos, socializar metas, programar uma mudança, apresentar um projeto ou avaliar resultados; seja

¹ Especialista em Supervisão Escolar pelas Faculdades Integradas Jacarepaguá, graduada em Estudos Sociais: História pelo Centro Universitário do Planalto de Araxá e curso de Magistério pela Escola Estadual São Pio X. Professora e vice-diretora do Centro de Ensino Superior de São Gotardo. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/8375830524174447>.

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	

qual for a ocasião, comunicar-se bem é necessário. Neste sentido, comunicar com eficácia é fazer marketing pessoal, já que a comunicação adequada facilita a interação nos grupos e, além disso, potencializa as habilidades humanas, possibilitando novos horizontes.

Este artigo parte da premissa básica de que os caminhos a serem seguidos são diversificados, a opção é de cada um, somente há uma certeza: em todos eles comunicar-se bem, fará a grande diferença.

02 – COMUNICAÇÃO: PRÁTICA NECESSÁRIA EM CONTEXTOS MÚLTIPLOS

A comunicação evoluiu, ao longo dos tempos, com a associação entre um signo e um objeto para formar linguagens e inventou-se meios que venceram o tempo e a distância.

A comunicação humana tem um começo bastante nebuloso. Realmente não se sabe como foi que os homens primitivos começaram a se comunicar entre si, se por gritos, grunhidos, como fazem os animais, ou se por gestos, ou ainda por combinações de gritos, grunhidos e gestos.

Segundo Juan Díaz Bordenave, o certo é que o homem foi capaz de fazer a “atribuição de significados a determinados signos e isso é precisamente a base da comunicação em geral e da linguagem em particular”². E isso representou a formação de novos elos entre os seres humanos.

Maria Alzira Pimenta reconhece o valor da comunicação, quando afirma que:

Para a sociedade atual a comunicação é tão importante quanto o sistema nervoso para o corpo. Através dessa perplexa rede que perpassa todos os outros sistemas o corpo ganha vida. [...] Sem a comunicação, todas as relações que se estabelecem seriam impossíveis, sejam comerciais, de trabalho ou afetivas.³

Nesse sentido, a comunicação é essencial para o desenvolvimento do ser humano e a forma como é feita diferencia o homem dos demais animais. Já pensou que todos os animais se comunicam e somente o homem fala e escreve?

² BORDENAVE, Juan Díaz. O que é comunicação. São Paulo: Brasiliense, 2004. p. 24.

³ PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação Empresarial. Campinas: Alínea, 2006. p. 19.

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	

Maria Alzira Pimenta informa que “a origem etimológica da palavra comunicação é tornar comum, ou seja, se uma pessoa consegue fazer com que sua ideia seja captada e compreendida por outra(s) pessoa(s), nesse momento ocorreria o fenômeno da comunicação”.⁴ E isso, é um desafio descrito por Sir George Jessel numa afirmativa breve, veja. “Nosso cérebro começa a funcionar desde que nascemos e nunca para até que levantemos para falar em público.”⁵ No século XXI, aqueles que têm um atributo a mais podem ser melhor percebidos, comunicar-se é uma das vantagens competitivas. Pense nisso!

03 – ORATÓRIA: ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO PESSOAL E PROFISSIONAL

Pessoas são seres únicos que se formam a partir de valores nos quais acreditam-se que causarão impactos sobre suas vidas. Diante disso, quando se tem um conhecimento e pretende-se apresentá-lo, o maior desejo é ter credibilidade e atenção e que suas palavras gerem atitudes positivas dos ouvintes. Entretanto, para que isso aconteça é indispensável o conhecimento sobre o tema e ser capaz de apresentá-lo de forma adequada.

Segundo Maria Alzira Pimenta, “à arte de falar em público, deu-se o nome de Oratória. Apesar de haver dúvidas quanto à sua origem, atribui-se a Corax e Tísias a fundamentação de seus princípios, na Sicília, no século V a.C.”⁶. Na Grécia é que a arte da Oratória foi divulgada. Os filósofos contemporâneos de Sócrates a exercitavam praticando leituras, apresentações e debates.

Daí em diante cada vez mais, houve uma necessidade de falar em público. Diante disto e, para facilitar, há várias dicas para aperfeiçoar essa habilidade. Para Maria Alzira Pimenta “qualquer técnica aprendida precisa ser incorporada, internalizada para que seja usada com naturalidade, segundo a maneira de ser e o estilo de cada um”⁷. Assim, a postura mais viável é desejar aprender constantemente.

⁴ Ibidem; p. 19.

⁵ JESSEL, Sir George apud PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação Empresarial. Campinas: Alínea, 2006. p. 141.

⁶ PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação Empresarial. Campinas: Alínea, 2006. p. 141.

⁷ Ibidem; p. 142.

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	

04 – FATORES QUE COLABORAM PARA UMA APRESENTAÇÃO BEM SUCEDIDA

Falar em público é uma técnica que se aprende. Ao contrário do que se pensava, na atualidade, acredita-se que em apenas 7% das pessoas a habilidade de falar em público é nata e em 93% é uma habilidade adquirida.

Segundo Romero Machado, “saber falar bem é fator decisivo para o sucesso no mundo dos negócios. A Oratória não é simplesmente um dom de certos privilegiados e, sim, a prática de técnicas, estratégias e persuasão”⁸.

Diante disso, cabe recordar a história da campeã mundial de Oratória,⁹ Lena Souza. Ela já passou por muitas situações constrangedoras e assumiu uma postura corajosa tornando-se referência mundial na arte de falar em público.

Para contribuir com o aperfeiçoamento dessa técnica, são apresentados alguns fatores a se dar atenção a fim de possibilitar novas aprendizagens. Esses fatores serão analisados ao longo desse texto.

⁸MACHADO, Romero. Oratória não é dom. Disponível em <http://www.falebemempublico.com.br/?pg=loaditem&item=191>. Acesso em 1 de maio de 2014.

⁹O Congresso Mundial de Oratória tem por objetivo valorizar a arte milenar da oratória, discutir temas de relevância, treinar novas lideranças, além gerar intercâmbio entre os juniores do Brasil e do Mundo. A cada ano, os membros de todo o mundo participam dos Concursos de Oratória nas instâncias Local, Regional, Nacional, Conferências de Área, e por fim, a ápice deste concurso: o Congresso Mundial, onde se premia o Campeão Mundial de Oratória.

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	

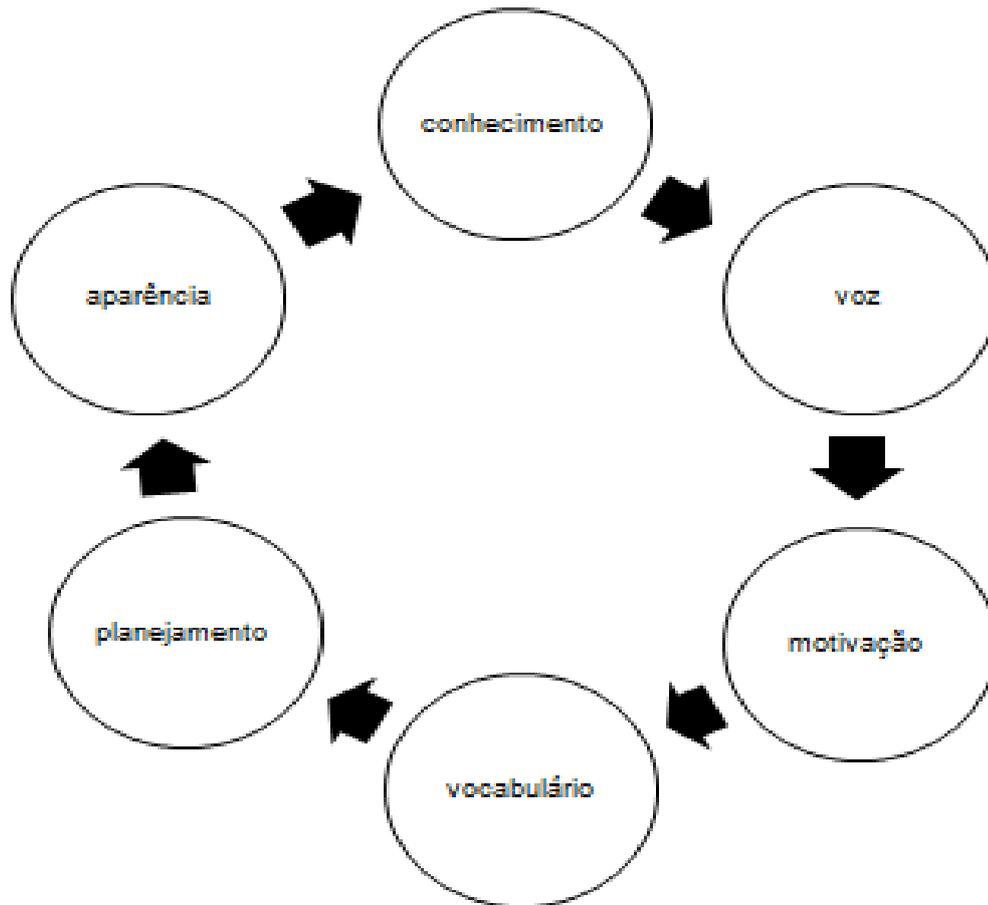


Imagem 1 – Fatores que colaboram para uma apresentação bem sucedida.

4.1 – Sugestões para Organizar uma Apresentação

A organização de uma apresentação compreende vários passos. Ao iniciar, lembre-se de Amir Klink quando afirma que “um rumo e um destino fazem a diferença em qualquer situação”¹⁰.

Inicialmente deve-se pensar no planejamento, que é uma estratégia imprescindível para o sucesso de uma apresentação. Planejar é assumir a atribuição e especificar como essa será realizada. Para isso, alguns elementos devem ser organizados ou elaborados. Assim, o planejamento deve incluir:

¹⁰ KLINK, Amir, Paratii. Entre dois pólos. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. p. 132.

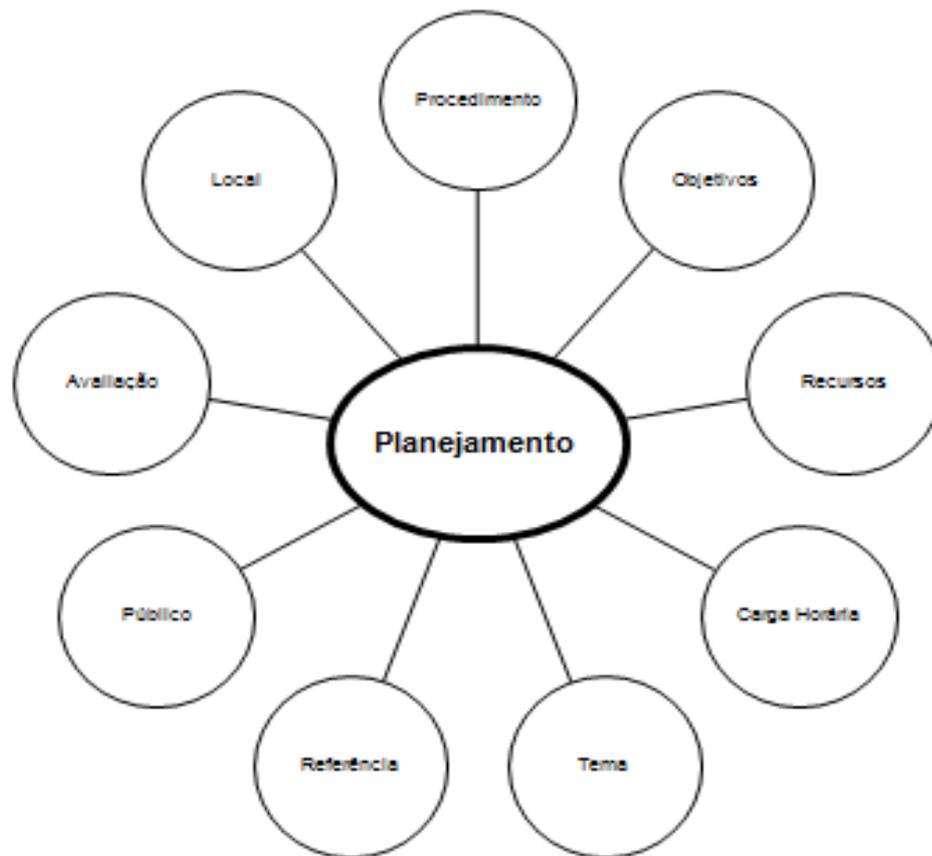


Figura 2 – Elementos que serão analisados ou elaborados ao longo do planejamento.

Os objetivos expressam o que se quer como resultado da atividade. A carga horária é o tempo para a realização da atividade. O tema é o que será abordado ao longo da apresentação juntamente com seus desdobramentos. Os procedimentos são as ações que serão realizadas para colocar as pessoas em contato com o tema. Os recursos são os componentes materiais que serão usados no planejamento, na execução e na avaliação da apresentação. As referências são o material bibliográfico em que se fundamentará a apresentação. O público é formado pelas pessoas que participarão do evento. A avaliação é a forma com que se verificarão os resultados da atividade, pode ser escrita ou não. Esses elementos compõem o plano de trabalho e devem ser registrados para facilitar a execução das tarefas.

Outro passo indispensável é preparar a apresentação explicitando como fazer a abertura, o desenvolvimento e o fechamento.

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	

Ainda se pode praticar, ou seja, ensaiar, apresentando para alguém ou para si mesmo. Alguns autores dizem que essa ação é apenas para iniciantes, mas, veja, grandes nomes da música continuam ensaiando seus espetáculos para garantir a qualidade das suas apresentações.

Ao apresentar, você estará perante a mais uma oportunidade de aprender e repensar suas posturas. Nesse momento, os níveis de adrenalina se elevam, surgem emoções e sentimentos, como o medo. Maria Alzira Pimenta apresenta uma dimensão positiva do medo.

O antigo medo de não ser aceito pelos outros se mantém com novas características. Outro aspecto importante é a consciência de que qualquer exposição pública implica responsabilidade e compromisso com o que for apresentado, defendido e argumentado. Nesse sentido a sensação de risco é um fator de inibição. Mas tanto o medo quanto a sensação de risco podem ser bons aliados se promoverem maior atenção e cuidado na preparação da apresentação.¹¹

Para melhorar seu desempenho busque pensar nas várias dimensões que integram seu ser e invista em todas elas para garantir melhores resultados.

Para relaxar antes de uma apresentação ou em qualquer situação:

- a- Sentar, contrair todos os músculos do corpo, em seguida descontraí-los devagar, durante dez minutos;
- b- Respiração abdominal: por a mão no baixo ventre, inspirar, sentindo a barriga dilatar, em seguida, soltar ar devagar pela boca;
- c- As posturas do yoga: lótus, árvore e outras.

Para melhorar a dicção e a sonoridade das palavras

- d- Pronunciar travas-línguas, procurando ser cada vez mais rápido, por exemplo: O peito do pé do Pedro é preto.
- e- Falar com uma caneta entre os dentes para fortalecer a musculatura da boca.¹²

É importante cuidar do seu corpo, beber bastante água para hidratar as pregas vocais e ponderar na alimentação. Uma maçã faz bem, por auxiliar na limpeza das cordas vocais.

É hora de pensar na aparência. Maria Alzira Pimenta nos leva a refletir nesse elemento muito observado pela plateia. “A aparência de uma pessoa tende a revelar seus conhecimentos, hábitos, preocupações e valores.”¹³ Cuidados básicos têm grande efeito sobre as características que cada pessoa já possui. A roupa é

¹¹ PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação Empresarial. Campinas: Alínea, 2006. p. 144.

¹² PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação Empresarial. Campinas: Alínea, 2006. p. 158.

¹³ Ibidem; p. 158.

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	

selecionada de acordo com o contexto geral e lembre-se de que esta não deve ser o centro das atenções. Discrição e elegância podem ser palavras-chave nessa hora! Ainda cabe manter uma postura adequada, que transmita uma mensagem positiva.

Saiba começar a apresentação. Segundo Mário Viana, “um orador que agrade no primeiro minuto tem todas as probabilidades de alcançar êxito no final, desde que não se mostre completamente inábil e desastrado na exposição do tema”¹⁴.

Deve-se iniciar a fala depois que os ruídos da sala sejam extintos, e tenha calma, pois isso pode demorar um pouquinho. Aproveite o tempo para observar o ambiente e as pessoas, afinal a posição já oferece ao palestrante certo poder. Em seguida, comece a falar pausadamente e articule bem as palavras.

O tom de voz usado revela alguns sentimentos em relação ao que é dito e deve-se variá-lo ao longo da fala com habilidade. Mário Viana destaca que “as palavras só valem pelo sentido que nós lhes atribuímos, pela entonação que lhes damos, pelo colorido que lhes conferimos. Se as lemos ou proferimos de igual modo, procedemos mal”¹⁵.

Quanto ao vocabulário, sua adequação ao público é fator relevante para viabilizar a comunicação. Evite os vícios de linguagem e gírias.

É válido ressaltar que, para comunicar-se com sucesso, é necessário conhecer o assunto, pois isto garante a segurança de quem fala, além de garantir a atenção dos ouvintes. “O desenvolvimento da oratória possibilita um melhor aproveitamento das inúmeras situações organizacionais, sociais e profissionais quando a exposição pública se faz necessária.”¹⁶

É preciso organizar a fala numa sequência que favoreça a compreensão, esta pode ser temporal, do mais simples para o mais complexo, do concreto para o abstrato ou do vulgar para o científico.

Para manter a atenção das pessoas, uma estratégia é interrogá-las para suscitar questões, evitar a monotonia, dar sugestões e repensar valores. Ainda pode-se fazer algumas pausas para destacar ideias, palavras ou frases.

¹⁴ VIANA, Mário. Técnica Oratória. Porto: Editorial Domingos Barreira. [19--]. p. 7

¹⁵ Ibidem; p. 59.

¹⁶ MACHADO, Romero. Saber falar em público é um bom negócio. Disponível em <http://www.falebemempublico.com.br/?pg=loaditem&item=191>. Acesso em 1 de maio de 2014.

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	

Ao falar privilegie todos os ouvintes, olhe para os lados e aproveite para observar como estão recebendo sua mensagem. Além disso, gesticule moderadamente.

Ao finalizar a apresentação, retome as ideias principais a partir do tema proposto e faça as considerações finais. Ainda pode-se aproveitar para proferir algo que ficou esquecido. Convém que a conclusão seja pertinente ao tema.

Mário Viana sugere que “é hábil reservar para o final de um discurso algumas expressões mais belas e impressionantes susceptíveis de provocarem emoções vivas e aplausos honestos”¹⁷. Entretanto, saiba que é possível impressionar com clareza e simplicidade.

05 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar em público é uma arte milenar que tem funções múltiplas na sociedade atual. Devido à sua importância, exige aperfeiçoamento constante.

Uma apresentação eficaz envolve vários fatores como organização, voz, vocabulário, aparência, tema adequado, objetivos, público, carga horária, recursos, procedimentos, avaliação e conhecimento. Cabe ressaltar que o conhecimento é fundamental é a habilidade de apresentá-lo é que possibilitará o sucesso do momento.

Portanto, não importa se é habilidade nata ou desenvolvida, o que importa é ter um perfil de aprendiz, é permitir-se aprender sempre, garantindo que as suas palavras tenham valor perante aos ouvintes e os inspire a eleger atitudes que colaborem para a construção de um mundo mais justo.

06 – REFERÊNCIAS

BORDENAVE, Juan Díaz. O que é comunicação. São Paulo: Brasiliense, 2004.

KLINK, Amir, Paratii. Entre dois pólos. São Paulo: Companhia das letras, 1992.

MACHADO, Romero. Saber falar em público é um bom negócio. Disponível em

¹⁷ VIANA, Mário. Técnica Oratória. Porto: Editorial Domingos Barreira. [19--]. p. 101

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	

OLIVEIRA, Denise Abadia Pereira. Oratória: Comunicação como Estratégia para o Desenvolvimento Pessoal e Profissional em Contextos Múltiplos.

<http://www.falebemempublico.com.br/?pg=loaditem&item=191>. Acesso em 1 de maio de 2014.

MACHADO, Romero. Oratória não é dom. Disponível em <http://www.falebemempublico.com.br/?pg=loaditem&item=191>. Acesso em 1 de maio de 2014.

PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação Empresarial. Campinas: Alínea, 2006.

VIANA, Mário. Técnica Oratória. Porto: Editorial Domingos Barreira. [19--].

Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número X Jul-dez 2014	Trabalho 03 Páginas 27-36
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura	periodicoscesg@gmail.com	