

GÊNERO DISCURSIVO ORATÓRIA: FERRAMENTA DE SOCIALIZAÇÃO DE SABERES NO ENSINO-APRENDIZAGEM DE LÍNGUA PORTUGUESA

Luzinete Carpin NIEDZIELUK*

ABSTRACT: *This research aims to analyze the oratory discursive gender contribution in the management professional performance. It was held at the Municipal School of Administration and Management of Palhoça during five years, with students, some of them administrators, but without the undergraduation course. We have used concepts from Bakhtin and Volochinov (1993, 1999, 2002), Perelman and Olbrechts-Tyteca (1996); Polito (1999), Weil and Tompakow (1986). The applied methodology is dialogical and qualitative, and as didactic resources were used questionnaires, standardized interviews, practical exercises involving verbal language, non-verbal language, voice intonation techniques, argumentative techniques and personal image. The results have been quite relevant because the students/managers have found language defects, inadequate posture, badly written speeches, and after these discoveries they realize the differences and start using the techniques that will help them in the art of speaking in meetings, lectures, interviews and in their relationships with customers, agents and employees.*

KEYWORDS: *discursive gender; oratory; management professional; personal marketing.*

1 Introdução

Este texto pretende mostrar a importância do gênero discursivo oratória na vida profissional do aluno/administrador e também pode ser adaptado a outras profissões como jornalismo, relações públicas etc. Atualmente, o mercado exige uma comunicação clara, coerente e concisa destes profissionais, pois enfrentarão situações cotidianas que exigem esta habilidade, como por exemplo, apresentações de projetos, reuniões, treinamentos, trabalhos em equipe, palestras, bem como, o momento de negociar (comprar e vender produtos) e apresentar processos e resultados.

Usamos metodologia dialógica, qualitativa e principalmente prática, pois uma palestra ou um curso deve provocar mudanças positivas. Os alunos precisam superar suas dificuldades de comunicação, além de ampliarem de forma ilimitada o poder do gênero discursivo oratória.

Oratória é considerada um gênero desde a época de Aristóteles. Atualmente, nos apoiamos nos estudos da teoria dialógica ou enunciativa-discursiva, como também é denominada, em especial, em Bakhtin e Volochinov (1999), pois a comunicação verbal, segundo estes autores só é possível por algum gênero textual/discursivo, como prática sócio-histórica na e pela linguagem. Os autores consideram a comunicação uma inter-relação produtiva e semiótica, ou seja, como *interação*. Deste modo, a linguagem passa a ser entendida como a forma materializada da comunicação social, sendo a sua existência consistida como *signo*, refletindo nos seus elementos a organização econômica e sociopolítica da sociedade que a gerou. Os signos se realizam no processo das relações sociais, determinados e marcados pela organização social dos indivíduos e pelas condições de produção em que a interação acontece (realidade), porém eles também refletem e refratam

* Prof^a Dr^a da Faculdade Municipal de Palhoça.

uma outra realidade que lhe é exterior (a ideologia¹). Para Bakhtin e Volochinov, “tudo que é ideológico é um *signo*. *Sem signos não existe ideologia*”. E, “*tudo que é ideológico possui um valor semiótico*.” (1999, p. 31-32, grifos dos autores).

2 Concepções de oratória e seus benefícios

Inicialmente, algumas definições do gênero discursivo oratória. Para Houaiss, 2001, p. 2075, é o “conjunto de regras que constituem a arte do bem dizer, a arte da eloquência”; Mendes, 2009, p. 01, afirma que “a Oratória é considerada a Rainha das Artes e o Orador o Rei dos Artistas”. Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, p. 4, grifos dos autores) desenvolveram uma teoria sobre oratória e publicaram o livro intitulado **Tratado da Argumentação. A Nova Retórica**, no qual comentam que o objeto desta teoria “é o estudo das técnicas discursivas que permitem *provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento*.”

Entendemos que o gênero discursivo oratória pode ser considerado como a arte de bem falar e de fazer-se compreender e para atingir isso, há um conjunto de técnicas a serem usadas, que utilizam a linguagem para persuadir, convencer e auxiliar na formação de profissionais bem qualificados com competências multifuncionais.

Para administradores, não basta saber falar ou saber escrever, cumpre ainda saber ser ouvido, ser lido. O ideal seria ter a atenção de alguém, ter uma larga audiência, mas também deve ouvir esta platéia, mostrar-se disposto a aceitar-lhe eventualmente seu ponto de vista.

2.1 Breve histórico da oratória

Segundo Polito (1996), a oratória teve origem na Sicília, no séc. V a.C. através de Corax e seu discípulo Tísias, os quais publicaram o livro intitulado: **Technê**.

Em Atenas encontrou campo fértil. Os sofistas dominavam a palavra com facilidade. Isócrates discípulo de Górgias implantou a disciplina da retórica no currículo escolar, porém nunca proferiu um discurso, pois alimentava pavor pela tribuna. (436 a 338 a.C.).

Aristóteles, discípulo de Platão, foi o mais importante filósofo da antiguidade. É considerado o pai da retórica. Escreveu **Arte Retórica**, composta de três livros destinados à compreensão da fala, daquele que ouve e da mensagem.

Demóstenes se destacou pela determinação. Tinha problemas de articulação, respiração e postura. Treinava na frente do espelho e toda vez que executava algum movimento errado espetava-se com uma espada que produzia ferimentos insuportáveis. Após toda esta dedicação, tornou-se um dos maiores oradores que a Grécia conheceu.

Entre os romanos, destacam-se Cícero no ano 106 a.C., que escreveu vários livros, entre eles: **De oratore, Orator, Brutus, Oratoriae Partitiones** (neste mostra como encontrar argumentos para convencer e persuadir) e, Quintiliano, que escreveu **Instituições Oratórias** (12 livros). Nesta obra compilou o conhecimento dos oradores que viveram até sua época. A seguir, ilustramos a temática com um orador romano.

¹ Segundo os autores “por ideologia entendemos todo el conjunto de *los reflexos* y de las *interpretaciones* de la realidad social y natural *que suceden en el cerebro del hombre*, fijados por medio de palabras, diseños, esquemas, u otras formas *sígnicas*”. (BAKHTIN; VOLOCHINOV, 1993b, p. 224, grifo dos autores).



Fig. 1 – Orador Romano

Fonte: Disponível em: < <http://pt.wikipedia.org/wiki/Orat%C3%B3ria>>

Acesso em: 02 maio 2009.

2.1.1 O gênero discursivo oratória nos dias atuais

Atualmente, há uma transformação na orientação do ensino da arte de falar bem. O auditório solicita uma fala mais natural e objetiva, sem os adornos de linguagem e a rigidez da técnica empregada até o princípio do século.

A platéia moderna deseja um orador que converse com ela em vez de um orador que fale para ela. As pessoas devem expressar pela palavra seu conhecimento, de maneira correta e segura.

É por meio da comunicação que o sujeito se relaciona, se integra à sociedade, demonstra seus sentimentos e se constitui de forma singular em uma sociedade plural.

O gênero discursivo oratória desenvolve o potencial de comunicação, a inteligência emocional, a capacidade de pensar e organizar as relações humanas. Seguindo o proposto por Bakhtin (2002), podemos considerar este como sendo um gênero secundário, pois aparece nas situações de comunicação mais “complexas”, relativamente mais desenvolvidas e organizadas.

Para ilustrar, apresentamos um exemplo de oratória atual.



Fig. 2 – Lula na Academia Brasileira de Letras

Fonte: Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/P%C3%A3o>>. Acesso em: 02 jul. 2009.

2.1.2 Como vencer o medo de falar em público

Lembre-se: “todos os homens têm medo. Quem não tem medo não é normal; isso nada tem a ver com a coragem” – Sartre (*apud* COBRA, 2009).

É impossível deixar de ficar tenso na conversa em público. O medo caracteriza-se como sentimento de grande inquietação ante a noção de um perigo real ou imaginário, de uma ameaça. Lembre-se sempre, você não é o único que sente medo de falar em público; os grandes oradores, embora não demonstrassem, também o sentiam. Há técnicas que ajudam a controlar o seu nervosismo; uma delas é deixar seu corpo em posição descontraída, outra é vigiar o comportamento de seu corpo, instruí-lo a não refletir os receios, pois o corpo fala, expressa aquilo que não conseguimos dizer com as palavras.

Não há nada de errado em sentir medo. Trata-se de um sentimento fundamental na vida do ser humano. “O problema é quando ele se torna exagerado quando vem associado a outros fatores como insegurança, baixa auto-estima e depressão.” (MELEIRO, 2001).

Com o tempo, a experiência, a prática e a tranquilidade dominarão esses obstáculos. Só a prática consagra o orador. Para isso, precisamos conhecê-los e ter a percepção do todo e das partes, para no momento da apresentação evitarmos fazer caretas, colocar a mão nos cabelos, ficar de braços cruzados ou com as mãos entrecruzadas, ou ainda, mexê-las sem parar, tremer a voz e também o papel que segura com o discurso escrito. De acordo com Weil e Tompakow (1986) a linguagem do corpo é considerada: fruto de energia e linguagem da vida.

Demonstra atividade ou passividade da energia no corpo; devemos afinar essa percepção porque cada significante diz o seu significado e quando não queremos externar nossas palavras nosso corpo externa.

O orador deve se apresentar com determinação, demonstrar confiança no andar e empatia com a platéia, sorrir. Segundo Bakhtin (2002), podemos considerar o gênero oratória como uma prática de letramento que o indivíduo desconhece, ou seja, é um gênero que ele não domina. Logo, a disciplina Redação Empresarial cria condições para que o aluno se aproprie deste gênero. O autor esclarece isto da seguinte maneira:

Muchas personas que dominan la lengua de una manera formidable se sienten, sin embargo, totalmente desamparadas en algunas esferas de la comunicación, precisamente por el hecho de que no dominan las formas genéricas prácticas creadas por estas esferas. A menudo una persona que maneja perfectamente el discurso de diferentes esferas de la comunicación cultural, que sabe dar una conferencia, llevar a cabo una discusión científica, que se expresa excelentemente en relación con cuestiones públicas se queda, no obstante, callada o participa de una manera muy torpe en una plática de salón. En este caso no se trata de la pobreza del vocabulario o de un estilo abstracto; simplemente se trata de una inhabilidad para dominar el género de la conversación mundana, que proviene de la ausencia de nociones acerca de la totalidad del enunciado, que ayuden a plasmar su discurso en determinadas formas composicionales y estilísticas rápida y desenfadadamente; una persona así no sabe intervenir a tiempo, no sabe comenzar y terminar correctamente [...]. (BAKHTIN, 2002, p. 269-270).

Assim, para o aluno se apropriar do gênero em questão e utilizá-lo, deve aprendê-lo (o autor usa o termo dominá-lo).

2.1.3 Como apresentar um discurso

Existem várias maneiras de apresentação. Se o discurso for lido, a boa leitura requer comunicação visual com o auditório, postura e forma adequada de se posicionar com papel, este deve estar na parte superior do peito se a leitura for em pé; caso seja sentado, o orador pode levantar um pouco a parte superior do papel para facilitar a leitura.

O discurso, para ser lido, deve ser escrito em linguagem acessível ao espectador, como por exemplo, se o público for somente de jovens, adequar a linguagem a eles, se for de técnicos na área podemos usar os termos próprios da área etc. As informações relevantes devem ser colocadas em primeiro lugar e a seguir as informações secundárias. Não devemos escrever demais, isto cansa a platéia, e nem dobrar ou enrolar o papel, pois distrai a atenção dos ouvintes.

A técnica para escrever um discurso que será lido deve ser a seguinte: usar papel encorpado, que impeça o reflexo excessivo da luz; digitar com letra fonte 14 (quatorze) em apenas uma das faces da folha, usar espaços duplos, ocupar somente os dois terços superiores do papel, com margens largas e frases completas no final da página; escrever com fácil identificação as cifras, misturando números com palavras; numerar todas as folhas, sem grampos ou cliques.

Não devemos disfarçar que estamos lendo, o improvisado pode fazer esquecer palavras-chave. Não devemos ler rápido demais, pois isto provoca desinteresse na platéia, é o chamado “piloto automático”. Lembremos que 55% da atenção do público é captada pela expressão corporal, 38% pela voz e 7% pelo conteúdo.

Polito (1999) sugere que o ensino-aprendizagem eficiente da leitura deve obedecer a dez orientações básicas:

- selecionar um discurso curto;
- digitar de acordo com a técnica já recomendada;
- fazer duas leituras do texto em voz alta e, de preferência, sentado;
- marcar o texto para facilitar sua interpretação;
- fazer mais três leituras do texto com marcações ainda sentado;

- praticar na frente de um espelho;
- realizar a leitura exagerada diante do espelho quatro vezes; usar o dedo polegar para seguir a linha de leitura. Nesta fase do treinamento, devemos exagerar na comunicação visual e nos gestos;
- ler o texto de maneira natural e expressiva pelo menos duas vezes; se possível, usar uma câmera de vídeo ou um gravador para registrar a última leitura;
- verificar na gravação eventuais erros a serem corrigidos;
- gravar mais uma vez com as correções feitas.

O bom orador nunca deve esquecer que “nunca terá uma segunda chance de causar uma primeira boa impressão” (CARNEGIE, 1998, p. 108). Assim, o gênero discursivo oratória se torna uma ferramenta de uso diário do profissional de Administração e de demais profissionais, auxiliando seu *marketing* pessoal e o de sua empresa.

Após este aprendizado, o orador poderá apresentar seu discurso com mais segurança. Atualmente, os melhores oradores treinam seus discursos antes de se exporem diante da platéia.

Há várias formas de apresentar um discurso, dentre elas, destacamos as sugeridas por Polito (1999):

a) improviso planejado, com auxílio de roteiro escrito, sendo este uma espécie de resumo do discurso, no qual são transcritas as informações mais importantes que compõem o conteúdo, as transições, as datas, as cifras, os dados percentuais, além da introdução e da conclusão.

Alguns cuidados compreendem esta técnica: não escrever demais; escrever frases curtas; usar apenas como consulta; não dobrar ou enrolar o papel para não distrair a atenção dos ouvintes; não disfarçar sua leitura; numerar as páginas.

b) improviso planejado, com auxílio de cartão de notas ou ficha, que deverá conter palavras ou pequenas frases, elementos de transição, números das páginas de livros, cifras, datas e outras informações importantes que ajudem na ordenação e desenvolvimento da mensagem. Sua leitura deve ser discreta, rápida e sem precipitação.

Principais vantagens: ajuda a lembrar as etapas mais importantes da apresentação, o que proporciona confiança ao orador, projetando imagem segura e profissional; dá liberdade para que o orador aproveite as circunstâncias nascidas no próprio ambiente, com expressão corporal mais livre; pode ser utilizado para outras apresentações.

c) improviso planejado, com auxílio de esquema mental. Este tipo de fala fascina os ouvintes, porque eles têm a impressão de que os planos, análises e conclusões do assunto abordado estão sendo criados e improvisados ali, naquele momento.

Critérios a serem considerados: decorar a introdução e a conclusão da fala; narrar o assunto; fazer um histórico ou levantar um problema; dividir o assunto; desenvolver o assunto central de acordo com os métodos de confirmação; refutar possíveis objeções, mostrando os benefícios; concluir.

d) improviso inesperado. É um tipo de apresentação que não pressupõe a falta de conhecimento, e sim, a ausência de planejamento do discurso. Normalmente, o orador é convidado a falar sobre assuntos que se relacionam com suas atividades profissionais.

Alguns tipos de introdução que podem ser planejados rapidamente: aludir à ocasião; mencionar informações ouvidas ou observadas durante o trajeto ou na chegada ao local da reunião; pesquisar na *internet*, se houver tempo; usar assunto paralelo, algo que se associe com o assunto principal e que seja compreendido pelo público. Cuidar para não tomar muito tempo com ele; concluir com um rápido agradecimento e votos de realizações para o público.

e) fala memorizada. Requer decorar a apresentação e falar sem ajuda do papel. Segundo pesquisas, 800 palavras é o máximo que o orador deve decorar.

Falar é prazer e não sofrimento. Foi-se o tempo que um bom currículo era sinônimo de segurança. Não basta saber. É preciso demonstrar que sabe. Palavras os ventos levam, mas as câmeras e gravadores guardam.



Fig. 3 – Alunas da FMP e Professora

2.1.3.1 Respeitar o estilo e as características pessoais

O aprendizado do gênero discursivo oratória visa:

- Combater a inibição e o medo de falar;
- Falar com naturalidade, técnica e eficiência;
- Falar de improviso em qualquer situação;
- Contornar situações difíceis e inesperadas;
- Projetar uma imagem confiante e simpática;
- Falar com desembaraço e sem constrangimento;
- Conversar com desenvoltura em todos os ambientes;
- Planejar apresentações coesas;
- Evitar o 'branco' e situações embaraçosas;
- Eliminar cacoetes e vícios de linguagem;
- Desenvolver a postura e a gesticulação com harmonia e naturalidade;
- Conquistar ouvintes hostis e indiferentes;
- Responder a perguntas com segurança;
- Fazer apresentações com segurança;
- Dirigir e participar de reuniões;

Ampliar o vocabulário e adequar à linguagem;
Melhorar a voz e a dicção para falar de maneira agradável;
Ordenar a exposição do tema de forma lógica;
Falar adequadamente em pé ou sentado;
Participar, com sucesso, de entrevistas diante das câmeras;
Usar o humor, a emoção e a presença de espírito para dar brilho às apresentações.
(adaptado de Polito, 2009).

2.1.3.2 O que não devemos fazer

Críticas ásperas ou tomar posições sobre assuntos delicados perante uma platéia que não conhecemos inteiramente;
Ser prolixos;
Contar com ingenuidade alheia;
Divagar, pois o tempo é o mais precioso bem da atualidade.

2.1.4 Benefícios da oratória

O profissional com maior desenvoltura verbal, mais bem articulado, mais comunicativo, mais expressivo e mais persuasivo estará à frente dos demais competidores no mercado.

Para isso, precisará:

- a) Compreender a importância de encantar o cliente;
- b) Gerar motivação e bom atendimento;
- c) Melhorar as vendas de produtos e serviços;
- d) Desenvolver soluções beneficiando a todos;
- e) Permanecer entusiasmado e motivado;
- f) Procurar desenvolver empatia;
- g) Fazer a diferença;
- h) Ter noções de etiqueta social e profissional.

Líderes devem aprender “como falar em público”, mas, além disto, “o quê falar em público” e “como defender suas idéias”.

Usar recursos visuais é importantíssimo e deve atender a três objetivos: destacar as informações importantes; facilitar o acompanhamento do raciocínio por parte dos ouvintes; aumentar a capacidade de memorização da platéia.

Ao produzir um visual, o orador deve tomar as seguintes precauções: utilizar letras com tamanho que todos na platéia possam ler; colocar apenas a essência da mensagem traduzida em poucas palavras ou expressões; transformar todos os números que puder em gráficos.

3 Perfil do profissional e exigências do mercado

Carvalho (2004) afirma que no mercado, atualmente, valorizam-se pessoas com capacidade de perceber oportunidades, prevenindo riscos e desenvolvendo ações de curto e médio prazo, assim garantirão o crescimento da empresa. Essas exigências obrigam os profissionais de administração, a adquirirem novas competências e habilidades, como, por exemplo, aprender rapidamente, influenciar pessoas, promover mudanças, gerenciar o capital

humano, isto é, saber motivar, promover e incentivar pessoas. Tais funções são possíveis somente por meio da fala e de técnicas.

Assim, a oratória entra em cena, na vida dos gestores, tornando-se uma necessidade essencial, pois é uma nova exigência do mercado a desenvoltura verbal dos mesmos. Para Carvalho (2004), não se admitem mais discursos demagógicos, a comunicação tornou-se mais complexa devido à multiplicidade de recursos tecnológicos. Assim, devemos falar muito em pouco tempo, de forma clara e objetiva, na hora e para o público certo, pois “tempo é dinheiro”; o mundo globalizado gira em torno de reuniões produtivas e decisões inteligentes.

Pinto (2006) relata e aponta, em uma pesquisa realizada pela *Creative Education Foundation*, divulgada pelo **Jornal do Brasil**, as principais habilidades requeridas pelas 200 maiores empresas do mundo: trabalho em equipe, habilidades interpessoais e comunicação oral.

Desta maneira, tanto a liderança estratégica como a comunicação e inteligência emocional são imprescindíveis para os administradores e muitos não aprendem isto nos seus cursos de formação.

4 Metodologia

A metodologia utilizada, conforme mencionamos, foi dialógica e qualitativa. Seguindo Bakhtin e Volochinov (1999), partimos da dimensão social do gênero para a dimensão verbal. Explicamos primeiramente o contexto sócio-histórico do gênero e após o aluno tê-lo compreendido, iniciamos com as formas de argumentação, como escrever seu discurso com clareza, coesão e objetividade, como entrevistar e ser entrevistado, técnicas de postura, de entonação da voz, e de *marketing* pessoal. Normalmente, as turmas possuem 40 alunos, com predominância do sexo masculino. Finalmente, a apresentação dos trabalhos (após longos ensaios) para o grande público nos auditórios das respectivas universidades.

Ressaltamos que, no início do curso, alguns alunos apresentam, dentre outras, as seguintes dificuldades: tremem muito com o papel; ficam muito vermelhos; balançam o corpo, alternando as pernas; piscam muito; e há os que nunca gaguejaram em falas normais com a professora e com amigos, porém na apresentação gaguejam. Isso vai ao encontro da teoria dialógica proposta por Bakhtin e Volochinov (1999, p. 96) “[...] a língua no seu uso prático é inseparável de seu conteúdo ideológico ou relativo à vida”. Estas dificuldades são superadas no decorrer do processo de ensino aprendizagem, porém elas ocorrem porque sempre há o domínio do coletivo, do social sobre o individual e o subjetivo. (FAÏTA, 2001).

A aprendizagem do aluno consiste em mudar seu comportamento. Tal mudança ocorre como resultado de três fatores básicos: (1) *conhecimento*, o que fazer e como fazer; (2) *atitude*, desejo ou vontade de pôr em prática o que se aprende; e (3) *habilidade*, capacidade de aplicar no trabalho o conhecimento que foi adquirido na disciplina ministrada.

Assim, a aprendizagem é tridimensional e cada uma das dimensões tem de ser adequadamente desenvolvida em uma instrução eficiente. Aprender qualquer uma dessas três dimensões não garante o desenvolvimento automático das outras duas. O professor deve especificar cada fator separadamente.

Há vários fatores psicológicos que influenciam a aprendizagem. Entre eles destacamos:

Motivação – vontade de aprender. Resulta principalmente de dois subfatores: (1) entendimento claro do que está para ser aprendido e (2) entendimento claro das razões por que tal aprendizagem é importante.

Concentração – focalização da força total da atenção sobre uma situação determinada de aprendizagem. Devemos tomar cuidado para não confundir mero prestar atenção com

concentração dinâmica. A aprendizagem se acelera à medida que a concentração se intensifica.

Organização – significa unir os pedaços em um mosaico significativo.

Compreensão – percepção de significados e implicações do material estudado e o entendimento da aplicação do que se aprendeu.

Incorporar as teses básicas dos fatores psicológicos em qualquer situação de aprendizagem, estudo ou ensino, torna a situação mais promissora no que diz respeito à realização de habilidades, ao desenvolvimento de atitudes salutaras e à aquisição de conhecimentos. (MELEIRO, 2001).

5 Exemplo de introdução de um discurso

O exemplo abaixo é o de uma turma do curso de Administração da FMP, de primeira fase. Na apresentação foi distribuído um *hand out* aos presentes e utilizados processos de tecnologia de informação.

“Boa Noite, eu sou o Marcelo² e junto com meu grupo iremos apresentar o livro intitulado: **A estratégia do oceano azul**, escrito por W. Chan Kim e Renée Mauborgne. Neste livro, os autores apresentam vários exemplos de como explorar mercados que nunca foram visualizados.

Tais mercados são representados por uma metáfora criada pelos autores, que definem o mercado atual, no qual a concorrência acirrada e a briga por conquistar novos nichos, sujam de vermelho este oceano. O oceano azul, por sua vez, é o mar tranqüilo, recém-criado, onde a sobrevivência é garantida, pois não existe concorrência (ainda).

Nosso objetivo é mostrar a todos que existe o oceano azul e que, depende de nós, futuros administradores, a criação destes oceanos”.

A seguir, ilustrações da capa do livro e de seus autores, apresentada pelos alunos.

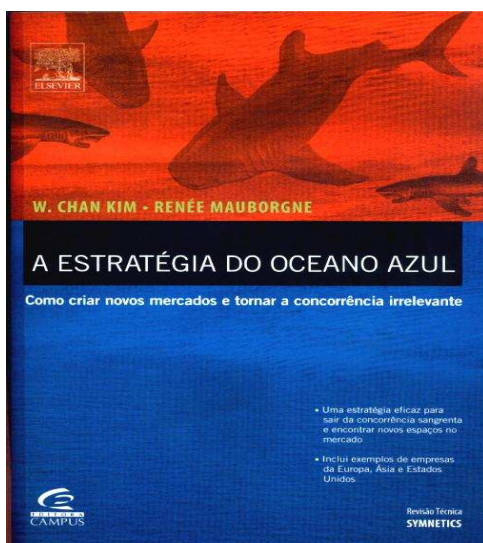


Fig. 5 – Capa da obra e autores

² Nome fictício.

É possível observar que no discurso dos alunos, ainda prevalecem diversas marcas de oralidade, o que procuramos adequar à norma culta quando dos comentários finais, após as apresentações.

6 Resultados dos debates em sala

Entendemos que o orador deve ser polido, criativo, entusiasmado e não poderá perder a calma, se algum inconveniente acontecer durante a apresentação. Sua apresentação pessoal deve ser cuidadosa – roupas, sapatos limpos, higiene pessoal. Um semblante alegre. A primeira boa impressão é a que fica. Naturalidade – não incorporar em si aquela falsa máscara do artificialismo. Ter calma, relaxar e ser auto-confiante – esticar as mãos, braços, pernas, respirar, antes de entrar no auditório. Adequar o vocabulário ao público, respeitar a norma culta e a coerência no discurso. Cuidar com os vícios de linguagem é, né, também, tá, na verdade...

Deve-se evitar abotoar e desabotoar o paletó ou coçar-se a todo instante, dedo no nariz, mão nos cabelos. Pronunciar bem as palavras, especialmente as finais. Treinar a respiração. Buscar naturalidade na postura e nos gestos sempre. Evitar: mãos nos bolsos, cruzar os braços, ficar rígido, sustentar todo o corpo sobre uma das pernas, andar apressadamente de um lado para outro.

Todo orador deve: planejar o discurso, usar, se possível, recursos visuais e audiovisuais, cuidar da aparência pessoal, possuir expressividade na fala e boa entonação da voz, estabelecer credibilidade, confiabilidade e procurar persuadir seu auditório. Respeitar o tempo das pessoas. Falar o necessário e ir direto ao assunto. Nos dias atuais, o ser humano vive em função do tempo. Caso a sua platéia perceba que você está "esticando o assunto" ou entrando em análises não essenciais, certamente se dispersará e você, mesmo sem perceber, estará falando sozinho.

7 Considerações finais

Houve um consenso entre os alunos das duas instituições, que cursaram a disciplina Redação Empresarial, que o domínio do gênero discursivo oratória precisa ser incorporado às unidades curriculares dos cursos de Administração e também de outros cursos, porque além de fortalecer o *marketing* pessoal de futuros profissionais de qualquer área do saber, também é um fator-chave que enriquece a comunicação e as relações dialógicas entre as pessoas.

Para os alunos, o domínio do gênero discursivo oratória deve ser considerado uma exigência e um diferencial contemporâneos do mercado, já que a necessidade de se comunicar é uma constante nos dias atuais.

Os alunos concordaram que o gênero discursivo oratória é um elemento especial na qualificação do profissional de Administração. Desta maneira, começaram a praticá-lo em outras unidades curriculares de seu curso, na apresentação de seminários, em reuniões de grupos de pesquisa etc., e receberam elogios de seus professores. Alguns relataram que vão colocar o gênero discursivo oratória como fator diferencial no processo de seleção para contratação de estagiários e profissionais.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail; VOLOCHINOV, V. N. La construcción de la enunciación. In: SILVESTRI, Adriana, BLANCK, Guillermo. *Bajtín y Vigotski: la organización semiótica de la conciencia*. Barcelona: Anthropos, 1993a. p. 243-276.
- _____. ¿Qué es el lenguaje? In: SILVESTRI, Adriana, BLANCK, Guillermo. *Bajtín y Vigotski: la organización semiótica de la conciencia*. Barcelona: Anthropos, 1993b. p. 217-243.
- _____. *Discurso na vida e discurso na arte*. (Sobre poética sociológica). Trad. de Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza exclusiva para fins didáticos, 1993c.
- _____. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Trad. Michel Lahud e Yara F. Vieira. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- _____. *Estética de la creación verbal*. Trad. Tatiana Bubnova. 1. ed. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina, 2002.
- CARVALHO, Gumae. *Melhor gestão de pessoas*. São Paulo: Segmento, 2004.
- COBRA, RUBEM. Jean-Paul Sartre. Filosofia Contemporânea. Disponível em: < www.cobra.pages.nom.br>. Acesso em: 29 jun. 2009.
- FAÏTA, Daniel. A noção de “gênero discursivo” em Bakhtin: uma mudança de paradigma. In: BRAIT, Beth. (Org.). *Bakhtin, dialogismo e construção de sentido*. Campinas, SP: INICAMP, 1997, reimpressão 2001. p. 159-177.
- HOUAISS, Antonio; SALLES, Mauro de. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. *A Estratégia do Oceano Azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante*. São Paulo: Campus, 2007.
- MEDEIROS, João. B. *Redação Empresarial*. São Paulo: Atlas, 1989.
- MENDES, Alves. *Cursos e Palestras*. Disponível em: <http://www.jairopennacchi.com.br/cursos_e_palestras.php>. Acesso em: 25 maio 2009.
- MELEIRO, Alexandrina. *O Médico como paciente*. São Paulo: Lemos, 2001.
- PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA; Lucie. *Tratado da Argumentação. A Nova Retórica*. Trad. Maria E. Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- PINTO, Sandra Regina da Rocha. *Capacitação profissional do Administrador: uma investigação sobre as habilidades requeridas e a formação universitária adquirida*. Disponível em: < <http://www.informal.com.br/artigos/rhos.atm>>. Acesso em: 13 maio 2009.
- POLITO, Reinaldo. *Como falar de improviso e outras técnicas de apresentação*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1999.
- _____. Palavras os ventos levam. Disponível em: <http://www.reinaldopolito.com.br/portugues/artigo.php?id_nivel=12&id_nivel2=175>. Acesso em: 13 jun. 2009.
- WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. *O corpo fala: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal*. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.