



Multidão escuta discurso interminável de Fidel Castro

Arte no palanque

O poder do convencimento nos discursos políticos

EMYLISS LOBO E GABRIEL CARIELLO



“...u tenho um sonho...”. Com certeza você, leitor, já ouviu essa expressão e a tem guardada na cabeça. Foi eternizada pelo ativista estadunidense Martin Luther King em 1963, num momento decisivo para o Movimento Americano pelos Direitos Civis. Mais de 200 mil pessoas ouviram o Sr. Luther King na tarde de 28 de agosto e, junto com ele, outros líderes do movimento. Lu-

ther King sabia que seu discurso era um grande passo em nome da união e coexistência harmoniosa entre negros e brancos. O que ele não sabia era que o famoso sonho seria eleito o melhor discurso dos Estados Unidos no século XX.

Martin Luther King recebeu o prêmio de homem do ano pela revista Time, em 1963, e o Nobel da Paz no ano seguinte. Não há dúvidas de que seu poder de mobilização através da fala tenha sido



Luther King e o sonho que inspirou diversas gerações nos Estados Unidos

fundamental para a sua ascensão pessoal e para a conquista dos direitos civis. John Lewis, congressista estadunidense que dividiu o palco com Luther King naquela tarde, acredita que “o Sr. King tinha o poder, a habilidade e a capacidade de transformar aqueles degraus no Lincoln Memorial em um púlpito moderno”.

“Falando do jeito que fez, ele conseguiu educar, inspirar e informar, não apenas as pessoas que ali estavam, mas também pessoas em todo os EUA e outras gerações que nem sequer haviam nascido”, afirma.

Oratória e retórica

A arte de falar em público é tão ancestral que remonta à era clássica da Grécia Antiga, quando era confundida como uma parte da retórica. De fato, oratória e retórica se combinaram ao longo da história e dos discursos. Para os gregos, a oratória valorizava o conteúdo e o apelo à razão. Era

um meio de persuadir pessoas e obter influência. Importada pelos romanos, apegou-se à emoção e ao uso da eloquência, tornando-se, desta forma, a arte de falar bem – sentido que conhecemos hoje.

Já a retórica sempre foi conceituada como uma técnica de convencimento. Apesar de não discursar, o filósofo grego Aristóteles, em *Retórica*, a definiu como forma de convencer o ouvinte, mesmo que em detrimento da verdade. A famosa “retórica aristotélica” procura fazer com que o próprio receptor da mensagem chegue sozinho à conclusão de que a ideia implícita no discurso representa o verdadeiro ou o certo. Segundo ele, é um conhecimento de extrema importância para o relacionamento com a vida pública.

Durante a Idade Média, a prática da argumentação se difundiu entre os clérigos, fazendo parte, inclusive, da formação religiosa. Na era Moderna, continuou a participar do cotidiano, princi-



Lacerda: o “demolidor de presidentes”. Era conhecido também como o “o corvo”



palmente, dos padres católicos, mas encontrou um adversário à altura: o discurso científico. Baseada na evidência da verdade, a ciência desbancou a técnica de convencimento buscada pela retórica, e a arte argumentativa perdeu espaço.

Foi apenas no século XX que a argumentação foi retomada, principalmente na política. A professora do departamento de História da PUC-Rio Graça Salgado acredita que há um paralelo entre a afirmação de que a retórica está relacionada com ambientes democráticos: “Ambos promovem o exercício do diálogo na busca do consenso, fomentam a participação ou, pelo menos, o questionamento”, diz.

Por outro lado, a oratória tende a se afirmar em regimes totalitários, onde o convencimento não passa pela antítese dialética. Exemplos não faltam: é o caso dos discursos intermináveis de Fidel Castro, em Cuba, e Hugo Chávez, na Venezuela.

Carisma

Dois anos antes de Martin Luther King, em 1961, Carlos Lacerda, jornalista e político brasileiro, discursava em cadeia nacional, no rádio e na televisão, com ferozes ataques a Jânio Quadros, então presidente do país. No dia seguinte, Jânio renunciava alegando que “forças terríveis” o obrigavam ao ato. Era o segundo chefe de estado – o primeiro foi Getúlio Vargas – a ceder às pressões do “derrubador de presidentes”, famosa alcunha ligada à Lacerda. Anos antes, houve uma tentativa – frustrada – contra Juscelino Kubitschek.

Orador nato, Lacerda utilizava os meios de comunicação para se expressar e ser ouvido. Foi através do rádio e da TV que desferiu os principais ataques a oponentes políticos e desafetos. A historiadora Marly Silva da Mota, no artigo “Frente e verso da política carioca: o lacerdismo e o chaguismo”, define Lacerda como “um símbolo de oposição política marcado pela virulência dos



Fanatismo na Alemanha: Hitler e o discurso nazista

ataques, verdadeira metralhadora giratória que mudava de alvo sem parar de atirar". O certo é que Lacerda fascinava e aterrorizava a população com o carisma e a polêmica que possuía. Segundo a historiadora, suas emoções eram "capazes de despertar seguidores apaixonados e adversários empedernidos".

De fato, carisma é uma característica descrita como determinante para um bom orador, segundo especialistas em comunicação oral. O sociólogo alemão Max Weber classificou o carisma como sinônimo de autoridade, ou seja, um tipo de influência legítima através do reconhecimento das virtudes do líder por seus governados. O "carisma político" descrito por Weber passou a ser reconhecido em figuras históricas. O século XX assistiu à ascensão de um dos mais exitosos oradores da história da política. Os discursos de Adolf Hitler, na Alemanha, foram responsáveis pela fanática adesão à causa nazista. Ainda que tenha reinventado a propaganda política, o *führer* liderou os alemães sob o poder hipnótico da oratória, considerado uma de suas principais qualidades. Os objetivos do nazismo são considerados insanos atualmente, mas pouco foi contestado pela maioria alemã na época.

Uma iniciativa da revista estadunidense Administrative Science Quarterly comparou o carisma e a retórica dos presidentes do país com suas realizações. Publicado em 2001, o artigo "Images

in Words: Presidential Rhetoric, Charism and Greatness" reuniu 58 historiadores liderados pela professora universitária Cynthia Emrich que avaliaram aspectos comunicativos e feitos políticos. "Não existe uma correlação direta entre carisma e grandes realizações, mas aqueles que conseguiram desenhar verbalmente para os eleitores o tipo de futuro para o qual desejavam guiar o país foram bem-sucedidos, tanto nas urnas, quanto no cargo", afirma Cynthia.

A história política confirma que tanto o carisma quanto um bom poder argumentativo são capazes de produzir líderes autênticos das massas. Independente das intenções, os grandes oradores são capazes de mobilizar pessoas até onde suas vozes alcançam. E a poesia da fala inspira e faz sonhar. Afinal, se Martin Luther King tivesse afirmado que possuía uma ideia e não um sonho, seu desejo teria sido esquecido.

**"Eu tenho
um sonho..."**



Dez dicas para falar melhor

O professor de oratória e autor do livro *Seja um ótimo orador*, Reinaldo Polito, acredita que falar bem é questão de treino. Listamos 10 conselhos para você falar de forma clara, atraente e evitar o famoso “branco”.

1. Seja você mesmo. Nenhuma técnica é mais importante que a sua naturalidade. Seguir o seu estilo de comunicação, comportar-se de maneira natural e espontânea deixará o ouvinte mais receptivo à sua mensagem. Ao usar técnicas de comunicação que ainda não domina, você poderá deixar a fala artificial e arriscar a sua credibilidade.

2. Prepare-se para falar. Pense na mensagem que deseja passar antes de começar a conversa. Caso queira convencer alguém, saiba o máximo que puder sobre o assunto. Use toda argumentação disponível: pesquisas, estatísticas, exemplos, comparações, estudos técnicos e científicos. Se, eventualmente, perceber que o ouvinte apresenta algum tipo de resistência, defenda os argumentos refutando essas objeções.

3. Fale com boa intensidade. Nem alto nem baixo demais – sempre de acordo com o ambiente.

4. Fale com boa velocidade. Nem rápido nem lento demais.

5. Fale com bom ritmo. Alternando a altura e a velocidade da fala para manter aceso o interesse dos ouvintes.

6. Tenha um vocabulário adequado ao público. Saiba quem são os ouvintes. Cada público deve ser tratado de acordo com suas características. Sendo assim, deve-se adequar o vocabulário e a forma de falar ao ouvinte. Não adianta falar bem em espanhol se o ouvinte só entende alemão.

7. Cuide da gramática. Um erro nessa área poderá comprometer a apresentação. Use uma linguagem correta. Alguns deslizes podem ser fatais, tirar a credibilidade da mensagem e, principalmente, o foco da atenção. Os mais comuns são os erros de concordância e de conjugação verbal.

8. Tenha postura física correta. Evite falar com as mãos nos bolsos, com os braços cruzados ou nas costas. É importante que se movimente diante dos ouvintes para que realimentem a atenção, procure olhar para todas as pessoas da plateia. Também não é recomendável ficar esfregando as mãos, principalmente no início, para não passar a ideia de que está inseguro ou hesitante.

9. Dê à sua fala início, meio e fim. Ninguém gosta de ouvir sermões. É importante contextualizar os acontecimentos, mas isso deve ser feito de forma objetiva. Dar importância a detalhes que não comprometem o desenrolar da história cansa o ouvinte e torna a sua fala desinteressante. Anuncie o que vai falar antes de começar. Dessa forma, a plateia acompanhará o seu raciocínio com mais facilidade, pois saberá aonde deseja chegar.

10. Fale com emoção. Demonstre interesse e envolvimento pelo assunto. Fale sempre com energia, entusiasmo, emoção. Se nós não demonstrarmos interesse e envolvimento pelo assunto que estamos abordando, como é que poderemos pretender que os ouvintes se interessem pela mensagem? A emoção do orador tem influência determinante no processo de conquista dos ouvintes.



Logos, ethos e pathos

Aristóteles revelou o segredo de um bom discurso e atribuiu a essas três palavras a chave para convencer uma plateia.

ETHOS é a reputação de quem discursa. A credibilidade do orador é fundamental para um bom convencimento. Para ter sucesso é recomendado que se tenha capacidade de dialogar (tanto de expor as opiniões, quanto de ouvir), ser uma pessoa criteriosa, cuja opinião tenha algum valor frente aos outros.

LOGOS é o apelo que utiliza a razão, isto é, o que se vai dizer. O argumento deve ser exposto de forma clara e defendido com evidências ou provas que evitem o surgimento de dúvidas.

PARTHOS é voltado às emoções da plateia. É preciso perceber a reação do público e ir adequando o discurso conforme essa resposta instantânea. O orador tem que adotar estratégias adequadas para provocar no ouvinte as emoções e sentimentos favoráveis à adesão ao apelo. Sem esquecer os argumentos racionais, o orador deve usar o seu carisma e habilidade oratória para envolver o público.



GIOVANNI DALL'ORTO



Os discursos na ficção

"Meus concidadãos! Este momento há de ficar para sempre nos anais e menstruais da História de Sucupira!" Não se assuste com a expressão do prefeito de Sucupira, Odorico Paraguaçu. Apesar de cômico, o protagonista de *O Bem-Amado* – livro de Dias Gomes escrito em 1962 –, é extremamente competente quando o assunto é discurso político. Odorico é uma sátira aos governantes brasileiros, especialmente Carlos Lacerda. Dias Gomes definiu a personagem como um "demagogo, bem falante, teatral no mau sentido". Segundo ele, não é propriamente um belo homem, mas não se lhe pode negar certo magnetismo pessoal.

Marco Nanini como Odorico Paraguaçu no filme *O Bem Amado*

A voz coletiva

ROBERTA BRUNO E ISABELA SUED

Não é só nos palanques que a voz se destaca. Para o indivíduo comum vale a velha máxima: a união faz a força. A voz coletiva existe quando é possível ver que a opinião de um grupo pode ser ouvida e, no caso de uma mobilização, mudar o sistema de uma sociedade.

Exemplos não faltam. Nos anos 1960, os Estados Unidos assistiram a verdadeiras manifestações em prol dos direitos dos homossexuais. Em Nova York, o primeiro grande movimento gay, conhecido como a Rebelião de Stonewall, deu início à trajetória que se alonga até hoje, contra o preconceito e a favor do reconhecimento social legítimo.

No Brasil, um dos movimentos de maior participação popular foi as "Diretas Já!", que surgiu em 1983, com a proposta de eleições diretas para a presidência da República. A campanha foi marcada por passeatas e manifestações coletivas e visava mudanças políticas, econômicas e sociais para o país. Os comícios entraram para a história, como o de abril de 1984, no Vale do Anhangabaú, em São Paulo, que reuniu um milhão de pessoas. Na ocasião, os gritos da multidão entoavam palavras de ordem: "abaixo a ditadura", "queremos eleger o presidente do Brasil" e "o povo unido jamais será vencido" formaram o coro da nação unida pelo mesmo ideal.



Multidão chegando à Candelária no Rio, para assistir ao comício "Diretas Já"