

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

Matheus Grasso Kauppinem

**A IMPORTÂNCIA DA RETÓRICA NA FORMAÇÃO DE ESTUDANTES DO CURSO
DE ADMINISTRAÇÃO DA UFRGS**

Porto Alegre

2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço sinceramente a todos que tiveram alguma contribuição no desenvolvimento deste trabalho.

Matheus Grasso Kauppinem

**A IMPORTÂNCIA DA RETÓRICA NA FORMAÇÃO DE ESTUDANTES DO CURSO
DE ADMINISTRAÇÃO DA UFRGS**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como Requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração,

Orientador: Prof. Dr. Ariston Azevêdo

Porto Alegre

2021

RESUMO

A pesquisa desenvolvida neste trabalho buscou entender qual é a importância dada pelos alunos da graduação em administração da UFRGS - tanto aqueles atualmente egressos quanto aqueles recém-formados - ao uso da retórica para a prática administrativa. Da mesma forma, tentou-se compreender o grau de influência que a graduação teve ou tem no desenvolvimento desta retórica. Como referencial teórico, foram utilizados principalmente três autores. Primeiramente, em uma visão mais "inicial" do tema, fez-se presente a noção aristotélica de dialética - bem como as propostas de outros pensadores gregos como Platão e os sofistas. Posteriormente, foram apresentadas as ideias de Arthur Schopenhauer através da exposição dos 38 estratagemas elencados pelo filósofo polonês. Por fim, em uma visão mais contemporânea, John Austin, com a sua teoria dos atos de fala, surgiu para completar a linha do tempo dos pensadores que discursaram acerca do tema da retórica. Para a elaboração do questionário que serviu de base de dados para o trabalho, foram elencados 30 atributos retóricos - cuja importância para a prática administrativa e a influência em seu desenvolvimento por parte da graduação foram avaliadas pelos respondentes. Formada essa base, foram delineadas diversas relações e apontamentos julgados pertinentes. Por fim, concluiu-se que a graduação em administração da UFRGS, em sua maior parte, atende as necessidades dos estudantes na medida em que ela desenvolve principalmente aqueles atributos julgados como importantes. Apesar disso, surgiu o questionamento se os estudantes de fato entendem o que é retórica, já que atributos relacionados à persuasão e a "arte de ter razão" tiveram baixas pontuações de importância.

Palavras-chave: Retórica. Administração. Estudantes. Graduação. UFRGS.

ABSTRACT

The research developed in this paper sought to understand the importance given by undergraduate students of business at UFRGS - both those who are still in the course and those who have recently graduated - to the use of rhetoric in the administrative practice. Likewise, we tried to comprehend the level of influence that the course had or has on the development of this rhetoric. As a theoretical reference, we used mainly three authors. Firstly, in an "initial" view of the theme, the Aristotelian notion of dialectics was presented - as well as the proposals of other Greek thinkers such as Plato and the sophists. Later on, Arthur Schopenhauer's ideas were presented through the exposition of the 38 stratagems listed by the polish philosopher. Finally, in a more contemporary view, John Austin, with his theory of speech acts, completed the timeline of thinkers who spoke about the theme of rhetoric. To prepare the questionnaire that served as a database for the paper, 30 rhetorical attributes were listed - as well as their importance for administrative practice and influence on their development by graduation were evaluated by the respondents. Once this database was formed, several pertinent relationships and notes were delineated. Finally, it was concluded that the undergraduate course in administration at UFRGS, for the most part, meets the needs of students as it develops mainly those attributes judged as important. Despite this, the question arose as to whether the students in fact understand what rhetoric is, since attributes related to persuasion and the "art of being right" had low scores of importance.

Keywords: Rhetoric. Business. Students. Graduation. UFRGS.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Categorização dos atributos retóricos.....	35
Quadro 1 - Perfil dos Respondentes.....	36
Figura 2 - Importância da Retórica.....	39
Figura 3 - Influência da Graduação.....	39
Quadro 2 - Comparação entre Importância e Influência.....	42
Figura 4 - Comparação entre os Atributos 7 e 21.....	43
Figura 5 - Comparação entre os Atributos 14 e 15.....	44
Figura 6 - Comparação Atributo 28.....	45
Figura 7 - Comparação Atributo 10.....	46
Quadro 3 - Médias de Importância das Categorizações.....	47
Quadro 4 - Médias de Influência das Categorizações.....	47

LISTA DE ANEXOS

ANEXO I - QUESTIONÁRIO UTILIZADO NA PESQUISA.....	56
---	----

SUMÁRIO

1. TEMA DE ESTUDO.....	9
2. JUSTIFICATIVA.....	11
3. REVISÃO TEÓRICA.....	12
3.1 ORIGENS DA RETÓRICA	12
3.2 A RETÓRICA DE ARISTÓTELES.....	15
3.3 A RETÓRICA DE SCHOPENHAUER.....	19
3.4 A TEORIA DOS ATOS DE FALA.....	24
3.5 A RETÓRICA NA ADMINISTRAÇÃO.....	27
3.6 A RETÓRICA NA GRADUAÇÃO.....	28
3.7 SÍNTESE E REFLEXÕES.....	30
4. OBJETIVO GERAL.....	31
4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	31
5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	32
6. RESULTADOS E ANÁLISE.....	36
6.1 PERFIL DO RESPONDENTE.....	36
6.2 A IMPORTÂNCIA DA RETÓRICA E A INFLUÊNCIA DA GRADUAÇÃO.....	39
6.3 CATEGORIAS COM BASE EM ARISTÓTELES, AUSTIN E SCHOPENHAUER.....	46
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
REFERÊNCIAS.....	53

1. TEMA DE ESTUDO

É notável a presença e a importância da retórica nas relações diárias exercidas no mundo atual. Desde o âmbito familiar até o estudantil ou empresarial, todos os círculos sociais são permeados - e até certo ponto conduzidos - por um aspecto: a palavra. Quando escrita, ela tem o poder de formar opiniões, moldar caracteres e incentivar o progresso. Quando falada, seu uso se expande ainda mais, chegando a uma influência ampla e pessoal.

Apesar de ser possível exercer tal influência através do exemplo, neste trabalho será focado o outro principal modo pelo qual alguém transmite suas ideias: a retórica. Apenas discursar, no entanto, não é o bastante - é essencial que aqueles que ouvem o discurso sejam convencidos. Para isso, a persuasão surge como uma prática indispensável. Nesse contexto, Aristóteles foi um dos primeiros a expor tal ideia através de seus três modos de persuasão, os quais serão abordados de modo mais aprofundado ao longo do trabalho.

Inicialmente, pode-se pensar que a retórica é algo inerente - ou seja, uma pessoa com um bom discurso é naturalmente boa em discursar - e assim mais propensa a convencer quando nesse papel persuasivo. Tal ideia, no entanto, cai por terra frente à existência de cursos que servem exatamente para exercitar essa capacidade. A retórica pode, e deve, ser praticada - principalmente por parte dos administradores.

Talvez o principal exemplo do fato de que a retórica pode ser aprendida seja o livro escrito por Arthur Schopenhauer, *A Arte de Ter Razão*. Na obra, o filósofo polonês delinea 38 estratégias e, desse modo, descreve sua noção de dialética erística - a qual seria, de acordo com Pedroso (2016, p. 57), "a arte de disputar de modo a ter razão".¹ O título escolhido por Volpi - autor da primeira versão traduzida da obra de Schopenhauer em 2001, a qual foi atualizada com uma segunda edição em 2009 - não poderia ser mais apropriado, já que o tema essencial das páginas compostas pelo texto, adendos e notas é justamente o de revisar o antigo conceito de dialética a fim de reconceituá-la como uma "arte de ter razão", isto é, como dialética erística.

Outro excelente exemplo de como a retórica é uma parte essencial de nossa convivência - e como ela pode ser treinada e melhorada - são os videogames. *Disco*

¹ Em sua dissertação intitulada *O Conhecimento enquanto Afirmação da Vontade de Vida: Um estudo acerca da dialética erística de Arthur Schopenhauer*, Pedroso (2016) faz excelente análise do livro de Schopenhauer e realiza apontamentos críticos sobre as diversas traduções que o mesmo recebeu no Brasil. Em sua opinião, *A arte de ter razão – exposta em 38 estratégias*, publicado pela Martins Fontes, em 2009, a partir da organização de Franco Volpi e da tradução de Alexandre Krug e por Eduardo Brandão, seria a melhor publicação que temos do livro de Arthur Schopenhauer.

Elysium, lançado em quinze de outubro de 2019 pela ZA/UM, tem a retórica como um ponto central de sua experiência. "A retórica é uma habilidade essencial para debates e discursos de todos os tipos [...]." (TOMS, 2019, tradução nossa) Ainda que os jogos eletrônicos retratem histórias de ficção, elas são baseadas em experiências, sentimentos e ações observadas por seus criadores no mundo real. Em títulos das mais variadas temáticas, atributos são depositados em habilidades, e muitas vezes - principalmente em jogos de RPG (*role-playing game*) - a retórica é uma habilidade tão importante quanto a força, velocidade, inteligência, etc... "Com a retórica, você poderá enxergar falhas em argumentos e investigar nuances sobre o que está sendo dito. É uma habilidade particularmente útil para aqueles que querem agir de modo político [...]." (TOMS, 2019, tradução nossa)

Para exemplificar a existência de ensinamentos focados em retórica em outras universidades, a ESPM (CARVALHO, 2020) realizou, em julho de 2020, um breve curso que teve como título "A Arte da Persuasão com Ênfase em Negociação". Em seu plano de ensino, é citado o objetivo do curso: "[...] Toda fala esconde dinâmicas invisíveis de poder e influência. Não importa qual seja o seu trabalho, muito do seu sucesso dependerá da sua capacidade de influenciar e persuadir os outros." Ainda que seja um curso curto, de apenas seis horas, é algo que certamente já serve como um ponto de partida na "capacitação retórica".

Embora, como exposto anteriormente, a retórica exerça um papel imprescindível no contexto empresarial, ela é pouco "ensinada" ao longo do curso de administração na graduação da UFRGS. Dessa forma, este trabalho propõe-se a tentar responder à seguinte **pergunta de pesquisa**: qual é a valorização dada à retórica pelos alunos do curso de Administração para sua formação e seu futuro exercício profissional?

2. JUSTIFICATIVA

Inicialmente, este trabalho tem como finalidade analisar, com base em uma pesquisa aplicada e em dados concretos, o nível em que está a capacitação retórica dos alunos da graduação em administração da UFRGS. Assim, será possível elencar se uma expansão - seja com cadeiras específicas ou com mais dinâmicas focadas em retórica em cadeiras já existentes - é pertinente. Ainda que trabalhos em grupo e apresentações sirvam como um modo de exercitar essa parte do aprendizado, eles parecem ser insuficientes para preparar o estudante devidamente. Contrariamente do que ocorre nos cursos de administração, nos de direito, por exemplo, é notório o foco dado a essa capacitação.

Tanto professores como os próprios alunos poderão se utilizar da pesquisa para melhor entender um aspecto que aparentemente está esquecido no curso de graduação, já que durante a minha formação não presenciei qualquer dinâmica ou trabalho nesse sentido - fato corroborado pelas observações do professor orientador de minha pesquisa. Espera-se que os resultados obtidos possam servir como fonte de informação na incessante atualização de um curso que está entre os que mais passam por mudanças ao longo do tempo, visto que ele devem acompanhar o progresso de um ambiente organizacional igualmente dinâmico.

Por último, creio que seja importante relatar a motivação pessoal para a realização do presente trabalho. Como escritor de obras ficcionais e futuro administrador, logo me interessei pelo assunto, pois vi nesse projeto uma excelente oportunidade para, além de expandir meu conhecimento, auxiliar a universidade na melhor formação de futuros colegas de profissão. Além disso, tenho como motivação pessoal reacender meu gosto pela escrita, algo que se perdeu nos últimos tempos. Afinal, a arte de escrever é, intrinsecamente, a arte de persuadir o leitor a ver e entender a história do ponto de vista do autor.

Antes de tudo, há dois tipos de escritores: aqueles que escrevem em função do assunto e os que escrevem por escrever. Os primeiros tiveram pensamentos, ou fizeram experiências, que lhes parecem dignos de ser comunicados, os outros precisam de dinheiro e por isso escrevem, só por dinheiro. (SCHOPENHAUER, 2005, p. 27)

3. REVISÃO TEÓRICA

A seguir, serão expostas diversas teorias, desde a gênese do estudo da retórica (como feito pelos sofistas, Platão e Aristóteles), passando por uma visão mais moderna (por parte de Schopenhauer), até chegar a um ponto contemporâneo (onde será exposta, principalmente, a teoria dos atos de fala de John Austin). Por fim, o tema da retórica será contextualizado à administração e à graduação - afinal, estes são os objetos de estudo deste trabalho.

3.1 ORIGENS DA RETÓRICA

O período de surgimento da retórica não pode ser exatamente definido, afinal, ela é algo que o ser humano usa indiscriminadamente desde que as primeiras relações verbais se fizeram presentes na convivência social de uma espécie que surgia. Como disse Mosca, "desde que o homem se deu conta do poder da palavra e das ideias como meios capazes de influenciar o pensamento e as ações de outro homem, a retórica começou a existir." (2004, p. 119)

Talvez os primeiros a estudarem a retórica - e conferirem a ela um foco mais detalhado - foram os filósofos e escritores da Grécia antiga. Seja nas histórias épicas ou nos discursos de Aristóteles, o orador aparece como uma figura que tenta persuadir seus ouvintes ou interlocutores. Mosca (2004, p. 99) salienta: "nos dramas gregos, aparecem discursos que lembram cenas de tribunais." E são justamente nos tribunais que as qualidades retóricas ficam mais evidentes, já que uma persuasão eficiente e sofisticada é imprescindível.

Com base na filosofia aristotélica, MCCORMACK (2014) define *logos, ethos e pathos* do ponto de vista jurídico, mas tal visão pode ser perfeitamente refletida no contexto administrativo.

[...] *Logos* parece ser o modo de persuasão mais promovido, aceito e procurado em argumentos legais. [...] Esta forma de discurso se baseia na noção de que a audiência é curiosa, circunspecta, extremamente atenta a evidências relevantes, e possuidora de padrões de julgamento que normalmente se associam com a razão. [...] Essa afirmativa se baseia na teoria de que indivíduos são persuadidos pela razão por si só [...] ou seja, o apelo lógico irá influenciar positivamente o júri apenas porque lógica foi empregada no argumento. (MCCORMACK, 2014, p. 134-136, tradução nossa)

Ethos diz respeito à persuasão através da credibilidade de um indivíduo. [...] Nós acreditamos em 'homens bons' de forma mais ampla e mais rapidamente: isso geralmente é verdade qualquer que seja a questão, e é absolutamente verdade quando uma certeza completa é impossível e opiniões são divididas. [...] Uma familiaridade ou uma similaridade com os membros do júri pode ser alcançada [...] através do uso de linguagem coloquial - em oposição a um discurso formal - bem como através de uma linguagem corporal relaxada, expressões faciais honestas, e um

tom de voz amigável em oposição a um puramente discursivo. (MCCORMACK, 2014, p. 136-139, tradução nossa)

Pathos é o modo de persuasão através das emoções. [...] Nossos julgamentos, quando estamos satisfeitos e amigáveis, são diferentes daqueles que temos quando estamos hostis ou desconfortáveis. [...] se houver uma total ausência de influência emotiva, aqueles que tentam empregar a razão se veem incapazes de se colocar no lugar dos litigantes. (MCCORMACK, 2014, p. 139-140, tradução nossa)

Embora circunstâncias jurídicas exijam um comportamento estritamente formal e lógico, fica evidente - após as colocações anteriores - que fatores emotivos e sociais têm papel fundamental no discurso retórico. No contexto da administração, isso certamente não é diferente, visto que este é um ambiente ainda mais suscetível a influências por parte do *ethos* e/ou *pathos*. Como bem destacado por Torres Junior: "[...] o que se sobressai como ferramenta básica de gestão é a viabilidade de planejar e conceber ações administrativas alinhadas e equilibradas segundo significados lógicos emocionais e éticos para o público interno." (TORRES JUNIOR, 2002, p. 10)

Conceitos de inteligência emocional, valores da organização, gestão do ser humano ou até mesmo as mais recentes descobertas da neurociência em que as emoções são a base do raciocínio lógico encontram na imagem retórica uma aplicação mais direta na organização. Com a retórica organizacional, [...] elementos de gestão dos recursos humanos passam a ser subsídios para criar efetivos argumentos emocionais em termos de atos, ou ainda na análise dos significados ou repercussões emocionais das tomadas de decisão. (TORRES JUNIOR, 2002, p. 10)

Bem como o uso da retórica, seu ensino precede o nascimento de Cristo e remete a tempos em que a Grécia era o centro cultural, científico e filosófico do mundo ocidental. Em 465 a.C., quase cem anos antes do nascimento de Aristóteles, os sofistas elaboraram um tratado metódico sobre a arte da palavra. "Trata-se da Teoria Retórica de Córax e Tísias, que atesta a preocupação de seus autores com a premente necessidade de fornecer a seus concidadãos os meios de defesa de seus direitos, no momento histórico da passagem da tirania para a democracia." (MOSCA, 2004, p. 101)

Nesse sentido, é importante destacar a observação feita por Mosca (2004), que distinguiu a pesquisa socrática da feita pelos sofistas. Enquanto Sócrates buscou elaborar proposições morais de uma verdade universal, os sofistas - apesar de também se interessarem por questões morais, filosóficas e políticas - tiveram como objetivo principal o ensino da retórica. Górgias, o qual fez parte da primeira geração de sofistas, foi talvez o primeiro defensor da persuasão psicológica em oposição à retórica "científica e verossímil" que posteriormente serviria como base para a retórica de Aristóteles. Górgias baseou sua teoria na "sedução que a palavra, se habilmente usada, exerce sobre a alma do ouvinte; procurando despertar nele reações psicológicas [...]". (MOSCA, 2004, p. 103) Tal noção difere

completamente da teoria científica do verossímil, a qual busca convencer o interlocutor com uma precisão de raciocínio. "Os sofistas objetivavam impressionar o público, exibindo com grande orgulho a sua habilidade em tornar forte a causa fraca." (MOSCA, 2004, p. 103)

Tal como exposta por Schopenhauer (2009), a ideia de que a deslealdade aparece como um fator fundamental na retórica também se faz presente no discurso sofista. Mosca (2004, p. 102) complementa essa observação: "[...] servindo-se de argumentos ilusórios, enganosos, [o sofista] emprega todo o seu esforço em criar a persuasão, sem o cuidado de ostentar uma convicção racional sobre o fundamento das coisas." Aqui, mais uma vez, fica evidente o pensamento de que o mais importante em uma discussão retórica não é a busca pela verdade, mas o convencimento e a prevalência dos argumentos do orador em relação ao interlocutor. Tal posição rendeu aos sofistas, de acordo com Mosca (2004, p 104), a alcunha de "corruptores que induzem uma verdadeira perversão intelectual e moral". A forte combatividade dos contemporâneos gregos a algo que supostamente era imoral e antiético explicita o fato de que a retórica é um assunto inerentemente controverso. Afinal, a retórica pode possibilitar o afloramento da injustiça.

Por fim, é relevante relacionar a retórica com a forma como ela foi ensinada em seu princípio. De acordo com Mosca (2004), antes da teoria retórica sofista de Córax e Tísias, obras ficcionais épicas - como *Ilíada* e *Odisseia* - eram o principal modelo que os jovens possuíam como base de estudo. Mesmo com o desenvolvimento mais profundo da noção de retórica, tais histórias continuaram a servir seu propósito principal de ensinar e incentivar reflexões. Em IV a.C., no entanto, escolas sofistas na Grécia iniciaram de um modo mais "concreto" a transmissão de um conhecimento político, moral e fundamentalmente retórico.

Assim, como demonstrado através de um pequeno apanhado histórico, evidencia-se o fato de que a retórica passou a ter mais importância à medida que a sociedade se tornou mais sofisticada, fosse através de leis - com o surgimento da democracia grega - ou de avanços filosóficos e científicos. Da mesma maneira, seu estudo e principalmente seu ensino se expandiu conforme seu uso se apresentou como uma forma de persuadir outros indivíduos, algo vital em um cenário político efervescente.

3.2 A RETÓRICA DE ARISTÓTELES

Inicialmente, para que uma melhor visão da retórica aristotélica seja alcançada, é necessário recorrer, pelo menos, aos pontos de vista defendidos pelos sofistas e por Platão. Apenas para retomar, conforme explicado de forma breve anteriormente, os sofistas - como

Protágoras e Górgias - entendiam que a arte retórica ou da argumentação teria vinculação com a persuasão e nenhuma preocupação de correspondência com a verdade, dado o caráter relativista e ilusório próprio que toda e qualquer opinião (*doxa*) carrega consigo. Ou seja, os sofistas eram homens de opiniões (*doxai*) que desenvolveram e aprimoraram técnicas próprias de persuasão, como a *erística*.

De modo geral, a *erística* seria a arte de refutar uma afirmação qualquer, sem haver preocupação com sua veracidade ou falsidade. O *Dicionário de Filosofia* de Nicola Abbagnano a define como a “arte de combater com palavras, ou seja, vencer nas discussões” (ABBAGNANO, 2007, p. 340). Tal noção não leva em conta o tema tratado e a tese em questão, pois o que importava aos sofistas era obter a vitória nos embates à luz do senso comum da plateia. O *Vocabulário Grego da Filosofia*, de Ivan Gobry (2007), afirma que se trata de uma “arte da discussão, para vencer o adversário sem preocupação com a verdade; apenas a habilidade da argumentação era considerada”. (GOBRY, p. 58, 2007)

E será justamente dessa posição dos sofistas que Platão fará críticas. A partir de sua clássica distinção entre o mundo dos sentidos e o mundo do inteligível, o filósofo dirá que, no plano do sensível, só conseguimos firmar opiniões (*doxai*) sobre a realidade efetiva das coisas, nunca um conhecimento epistemologicamente seguro e verdadeiro, como no plano do inteligível. A opinião (*doxa*) é própria do mundo das aparências, pois carrega em si um conhecimento relativo ou relativista, ao qual Platão se opõe. Assim, em oposição à opinião (*doxa*) está a ciência (*epistéme*) - que ultrapassando a mera aparência das coisas, dirige-se para suas essências ou ao que as coisas são como são. Silva sintetiza a questão:

[...] no plano do sensível, o máximo de conhecimento que atingimos se baseia nas opiniões (*doxai*) acerca daquilo que os sentidos captam via *eikasia* e *pistis*, sem alcançarmos um conhecimento seguro e verdadeiro, pois o sensível é considerado por Platão uma cópia imperfeita, mutável, instável do verdadeiro encontrado apenas no plano inteligível. (SILVA, 2016, p. 48)

Se, para Platão, a opinião (*doxa*) corresponde à *erística*, a ciência (*epistéme*) corresponderia à dialética - que seria responsável por estabelecer na ciência, entendida como filosofia, uma estrutura de saber verdadeiro, rigorosamente demonstrativo e subordinado à ética.² A passagem a seguir, de Enrico Berti, resume bem essa ideia: “para Platão, o ‘refutar segundo a opinião’, praticado por Protágoras, não se caracteriza mais com a dialética, visto que esta última deve ‘refutar segundo a realidade’: logo, não há outra dialética senão a

² “No diálogo *Mênon*, da fase intermediária de seu pensamento, a dialética é relacionada à ciência, embora Platão ainda não identifique as duas, o que ele faz em uma obra sua da maturidade, *República*”. (SILVA, 2016, p. 47)

filosofia, uma filosofia entendida como ciência”. (BERTI apud SILVA, 2016, p. 49) Neste mesmo sentido, Luis Rohden confirma tal noção: “a grande lição platônica quanto à retórica é que ela não deve procurar agradar aos homens, mas demonstrar a verdade.” (ROHDEN, 1995, p. 514)

Na mesma linha de Platão, Aristóteles se distancia dos sofistas ao assumir que a retórica seria uma prática comprometida com a verdade e implicada na ética: “Uma visão holística da obra de Aristóteles deixa claro que a *Arte Retórica* não pode ser imoral nem prejudicar a vida política da qual ela é uma ramificação”. (ROHDEN, 1995, p. 515). Para Aristóteles, “[...] as palavras não devem ser montadas umas nas outras unicamente por interesses de oradores frios em busca da adesão de um público.” (LIMA, 2011, p. 129)

Com sua teoria da virtude, Aristóteles expôs a ideia de que “o caráter do orador é um importante requisito para conquistar a confiança de um auditório.” (LIMA, 2011, p. 126) Assim, *ethos* e retórica são vistos por ele como dois pontos que interagem e se aperfeiçoam mutuamente, sendo a retórica útil ao aprimoramento do caráter do orador. O homem de bem ou virtuoso, portanto, seria o tipo ideal para o exercício retórico.

Neste sentido, o filósofo grego defende que todos os cidadãos devem aprender a expressar seus pensamentos através da via retórica de modo que sejam capazes de atuar política, cultura, ética e criticamente na construção da *pólis*. Conforme esclarece Lima (2011, p. 128), “a retórica aristotélica é configurada para ser útil em íntima relação com a vida prática e a cidadania, para fornecer ao homem os elementos discursivos que possibilitem [...] uma ligação entre as opiniões úteis e verossímeis ao tão desejados *logos*.” Dessa forma, a retórica seria uma ponte de ligação entre a “verdade” - ou a opinião ótima/ mais confiável - e o reconhecimento de tal verdade por parte dos interlocutores.

Por mais que Aristóteles defenda que na maioria dos casos há uma verdade - uma justiça ou um modo virtuoso -, o filósofo reconhece que em decisões difíceis a verossimilhança é insuficiente. Tal constatação é exposta por Lima (2011, p. 128): “[...] casos mais complexos não comportam idealizações inteiramente pré-estabelecidas, pois há de se pesar as diferentes circunstâncias e as ocorrências específicas em cada caso.” Apesar disso, Aristóteles defende que a aceitação da verossimilhança como uma parte da vida cotidiana é essencial para fortalecer os laços de cidadania e a busca do mais justo.

A noção de belo e virtuoso no discurso de Aristóteles se espalha por cada linha de seus ensinamentos - e em sua visão de retórica isso não é diferente. Lima (2011, p. 129) aborda

exatamente este ponto: "[...] a própria retórica é o belo apreciado na medida em que o orador consegue persuadir seus ouvintes de que não há diferença entre a sua retórica e a sua própria identidade ética." A retórica "bela", no entanto, não é uma só. De acordo com a situação social em que o orador se encontra, é necessário que ele adapte sua "beleza discursiva" a determinados contextos momentâneos (embates judiciais, festas, velórios...). Ou seja, "Aristóteles procura orientar no sentido de o orador desenvolver uma flexibilidade nos modos de conduzir sua oratória; um saber lidar com as multifaces sociais da *pólis*." (LIMA, 2011, p. 130)

Tomando como referência a interpretação que Enrico Berti faz dos três movimentos retóricos fundamentais envolvidos na atividade retórica conforme Aristóteles, o filósofo italiano elabora a seguinte síntese: primeiro, **perguntar**, "que envolve tanto a pergunta inicial, que indaga sobre a essência com finalidade cognitiva, como também as perguntas que se sucedem no processo de obtenção das premissas"; segundo, **argumentar** a respeito do que se pretende, o que envolve "deduzir conclusões de premissas, segundo as regras apresentadas na analítica"; e, terceiro, explorar a **contradição**, o que implica em estabelecer um tipo de relação entre os interlocutores, onde um "busca conduzir o outro, e que este outro procura evitar. [...] Quem quer estabelecer uma tese deve evitá-la a todo custo; quem quer derrubar uma tese deve levar quem a defende a cair numa contradição". (BERTI, *apud* SAES, 2015, p. 124)

Essa relação retórica na qual se envolvem os interlocutores e os ouvintes dá-se sob o regimento de uma "regra fundamental" que deve ser respeitada pelos interlocutores, pois sem a obediência a ela "a discussão dialética se reduziria à mera justaposição de posições opostas: os interlocutores devem concordar com certas premissas, que expressam 'opiniões geralmente aceitas' (*endoxa*), e que não podem deixar de ser concedidas". (SAES, 2015, p. 125) Assim, para Aristóteles, a *endoxa* ou as "opiniões geralmente aceitas" não se confundem com a ideia de "meras opiniões" (*doxai*), mas seriam aquelas aceitas tanto pelos sábios populares quanto por filósofos. (SAES, 2015, p. 125) Elas carregam em si, portanto, uma noção de verdade bem específica, não pautada pela "correspondência com a realidade", mas no "fato de serem admitidas, compartilhadas e reconhecidas por todos". (SAES, 2015, p. 125)

A *endoxa*, diferentemente da *doxa* em geral, são opiniões (*doxai*) admitidas por Aristóteles como um ponto de partida reconhecido e legítimo nos embates discursivos, e da qual o filósofo fará uso para caracterizar seu entendimento da dialética. Christiani Silva

(2016) explica essa singularidade da dialética pautada em *endoxa*: “a dialética constrói suas premissas e proposições baseando-se nas ‘opiniões geralmente aceitas’ (*endoxa*), que são opiniões [...] de tipo especial, porque elas dizem respeito a um corpo de crenças expressas, e é no interior destas que elas se elegem e se justificam.” A autora complementa:

Dessa forma, o plausível (*endoxon*), objeto da opinião comum, é identificado por Aristóteles com o provável (*eikos*), que, sem ser necessário, contém verdade, pois ele é assim reconhecido pela maioria (*hoi pleitoi*), ou, pelo menos, pelos mais sábios (*hoi sophoteroi*) [...]. Além disso, a dialética para Aristóteles seleciona e justifica os *endoxa* e não é uma arte da controvérsia entre opiniões, onde encontramos para ele a **erística**; ela é um cálculo de probabilidades, que estabelece quais opiniões são *endoxa* e quais são seu contrário, as *adoxon*, opiniões compartilhadas por poucos, ou pelos menos sábios. (SILVA, 2016, p. 51) (grifos em negrito nossos)

Ou seja, para Aristóteles, a dialética fixa sua tese e desenvolve suas argumentações a partir de certo tipo de opinião denominada *endoxa* – as opiniões geralmente aceitas pelos mais sábios e eminentes, e que guardam o caráter de verossimilhança com a verdade. A erística, por sua vez, fixa sua tese e desenvolve suas argumentações a partir da *doxa* – as opiniões comuns sem qualquer compromisso com a verdade e que apenas aparentemente são aceitas, mesmo por pessoas mais ignorantes, e que trazem consigo falácias, ilusões, mentiras e a vontade de lograr sucesso nos embates.

Segundo Lima (2011, p. 130), uma maneira sucinta de resumir a visão de Aristóteles sobre a retórica seria tomá-la como um "instrumento capaz de propiciar uma experiência harmoniosa envolvendo homem, construção de discursos, ética, orientação das paixões, verossimilhança e vida prática". Ou seja, a busca pela eupraxia - que significa o bem agir em conformidade com o justo. Para um leitor leigo, a reação mais provável é pensar que essa retórica defendida pelo filósofo - que procura fundir discurso, caráter e ética - é impossível. Afinal, na sociedade contemporânea, essa visão de "homens virtuosos" e a busca pela justiça se perdeu em quase todos os setores da sociedade.

Lima (2011) define dois pontos como sendo os responsáveis principais pela não inserção da retórica aristotélica nas práticas sociais: (a) no final da antiguidade, as assembleias perderam poder em proveito do imperador e dos funcionários por ele nomeados; (b) o cristianismo propagou a ideia de que a verdade vem de Deus, ou seja, bastava crer no magistério eclesiástico e na teologia cristã ocidental. No entanto, mesmo havendo essa "desvalorização da retórica, vários pesquisadores têm registrado um vagaroso renascimento da importância dessa arte [...]" (LIMA, 2011, p. 132) Na próxima seção, falaremos mais sobre essas análises modernas da retórica.

3.3 A RETÓRICA DE SCHOPENHAUER

Antes de iniciar o estudo da retórica sob o ponto de vista do filósofo polonês Arthur Schopenhauer, é conveniente esclarecer o que o autor entende por dialética erística. Como já antevisto, a erística seria “a arte de ter razão”, mais especificamente, “a arte de disputar de maneira tal que se fique com a *razão*” (SCHOPENHAUER, 2009, p. 03). Esse termo “ter razão” tem singularidade que merece ser destacada, principalmente porque ele se distancia da opinião de Aristóteles sobre a retórica.

O “*ter razão*” recebe de Schopenhauer duas significações: uma objetiva, que é vinculada à verdade – verdade objetiva de uma proposição quanto à coisa mesma; outra subjetiva, que é vinculada à legitimidade individual ou coletiva – verdade subjetiva de uma proposição quanto à validade encontrada nos interlocutores e na audiência. Em suas palavras: “De fato, é possível ter razão *objetiva* na questão em si e, no entanto, aos olhos dos presentes, por vezes mesmo aos próprios olhos, não ter razão.” (SCHOPENHAUER, 2009, p. 03) Isso ocorre devido à intervenção do interlocutor: quando alguém está com a razão (objetiva), mas devido à interpelação retórica de outrem, deixa de ter razão perante a plateia ou auditório, perde duplamente: perde o embate e, conseqüentemente, perde a razão (subjetiva). É exatamente essa vontade de ter razão que faz da dialética erística uma arte de disputa retórica que visa a vitória nos embates, “*per faz et nefas* [com meios lícitos e ilícitos]” (SCHOPENHAUER, 2009, p. 03)

A dialética erística seria um tipo de *endoxa* que acolhe um significado não acolhido por Aristóteles. Conforme explicado anteriormente, para o filósofo grego, a erística seria um tipo de raciocínio que toma como ponto de partida opiniões (*doxa*) que parecem, mas não são geralmente aceitas, uma vez que

Nem todas as proposições tidas por geralmente aceitas se apresentam como perfeitamente evidentes, conforme sucede no caso das premissas de base dos raciocínios erísticos; no caso destes, de fato, a sua natureza enganadora é imediatamente evidente quase sempre para quem é capaz de reparar mesmo em pequenos pormenores”. (ARISTÓTELES apud SAES, 2015, p. 125-126)

Schopenhauer, pelo contrário, unifica dialética e erística, anulando, portanto,

a distinção entre o caráter evidente e o não-evidente de sua ampla aceitação, e toda opinião passa a incorporar a ambivalência do ser e do meramente parecer ser geralmente aceita, não havendo mais como separar nitidamente as modalidades discursivas, como queria Aristóteles. Assim, ele declara que, quanto às *endoxa*, “não há nada que determine que sejam falsas, tampouco que sejam, (em si e por si) verdadeiras, uma vez que tal fator não é importante”. (SAES, 2015, p. 126)

Realizada essa breve introdução à retórica sob o ponto de vista de Schopenhauer, é primordial examinar o que o filósofo defende como sendo essencial nos embates retóricos. O autor elenca dois **modos** (que se expandem para três) e dois **caminhos** ou **métodos** possíveis para refutar uma tese exposta por nós ou por um adversário, e assim fazer prevalecer determinado ponto de vista que leve seu portador a ter razão. (SCHOPENHAUER, 2003, p. 21-22)

Os modos são:

(a) relativo à coisa (*ad rem*): a refutação se baseará no assunto em questão pois o argumento apresentado é objetivamente falso;

(b) relativo ao homem (*ad hominem*): a refutação se baseará no que se sabe sobre o interlocutor, suas ideias, hábitos e convicções;

(c) relativo ao que foi concedido (*ex concessis*): a refutação se baseará em afirmativas feitas pelo interlocutor anteriormente.

Os métodos são:

(a) refutação direta, a qual "ataca a tese em seu fundamento", ou é feita uma demonstração de que a tese não é verdadeira;

(b) refutação indireta, a qual ataca as consequências ou "implicações" da tese, ou é feita uma demonstração de que a tese não pode ser verdadeira.

Um dos pontos centrais da obra de Schopenhauer se baseia na premissa de que o homem é - e em um discurso retórico quase sempre que possível será - desleal. Inspirado nos conselhos de Maquiavel ao príncipe, o autor escreve: "Maquiavel prescreve ao príncipe que aproveite cada momento de debilidade de seu vizinho para atacá-lo, caso contrário, este pode, em qualquer ocasião, tirar partido da debilidade do príncipe." (SCHOPENHAUER, 2003, p. 197) Essa afirmação expõe o fato de que os interlocutores sempre tentarão se aproveitar de brechas, muitas vezes de forma antiética, e que devemos fazer o mesmo. "Se dou razão ao adversário nos momentos em que este parece tê-la, não é provável que ele faça o mesmo no caso contrário. Antes recorrerá a meios ilícitos. Portanto, devo fazê-lo também." (SCHOPENHAUER, 2003, p. 197)

É notável a forma como Schopenhauer vê as interações como sempre sendo conduzidas por dois lados que pouco se importam com o que outros - além dos dois

interlocutores - pensam sobre o comportamento de quem está participando da conversa. Ser desleal apenas para vencer seu adversário pode, ainda que renda a comprovação de seus argumentos, trazer consequências que vão além da conversa em si. Este fator ético, no entanto, parece ser insignificante perante a confirmação de argumentos a partir de métodos desleais. Conforme explicado pelo próprio filósofo: “se existisse lealdade e boa fé [entre os homens], as coisas seriam distintas”. (SCHOPENHAUER, 2003, p. 197) Ou seja, muito provavelmente não seria necessário um aproveitamento recíproco dos momentos de fraqueza um do outro.

Como se pode depreender dessa última afirmação do autor, o homem é visto como um ser naturalmente mau.

Se esta [perversidade natural do gênero humano] não existisse, se no fundo fôssemos honestos, em todo debate tentaríamos fazer a verdade aparecer, sem preocupar-nos com que ela estivesse conforme a opinião que sustentávamos no começo ou com a do outro [...]. No entanto, é isto o que se torna o principal. Nossa vaidade congênita, especialmente suscetível em tudo o que diz respeito à capacidade intelectual, não quer aceitar que aquilo que num primeiro momento sustentávamos como verdadeiro se mostre falso, e verdadeiro aquilo que o adversário sustentava. (SCHOPENHAUER, 2003, p. 96-97)

Essa deslealdade inata proposta por Schopenhauer há cerca de dois séculos tem se mostrado, nos últimos tempos, mais verdadeira do que jamais foi. O surgimento e a disseminação irrestrita das *fake news* é o mais recente modo usado pelo ser humano para expressar a sua deslealdade a fim de atingir objetivos ou sustentar determinados pontos de vista - por mais equivocados que estejam. Em pesquisa feita pela Kaspersky, chegou-se ao número de que 62% dos brasileiros não conseguem reconhecer uma notícia falsa. (SOUSA, 2020) Tal número apenas incentiva o uso de métodos desleais e corrobora as ideias de Schopenhauer. Na dita "era da informação", estamos justamente transformando ideologias, ou propriamente retóricas, em informações - algo "perfeito" na ideia de retórica exposta pelo filósofo polonês.

Por fim nessa ilustração da teoria retórica de Schopenhauer, é pertinente expor a categorização dos estratagemas feita por Pedroso (2016). De acordo com o autor, existe uma dicotomia entre tese e refutação, isto é, determinados estratagemas são úteis principalmente quando se busca propor uma tese, enquanto outros são mais adequados à refutação de um argumento proposto pelo interlocutor. Além disso, certos estratagemas podem ainda se enquadrar em ambas as situações, sendo versáteis de acordo com sua utilização e contexto. Assim, Pedroso (2016) sugere que os estratagemas se separariam entre propositivos, refutativos e mistos.

A seguir, estão listados todos os 38 estratagemas - acompanhados por uma breve descrição e sua respectiva categoria.

- Estratagema 1 (refutativo) - ampliar e generalizar a afirmação do adversário;
- Estratagema 2 (refutativo) - usar homônimos para tornar a afirmação apresentada extensiva também àquilo que, fora a identidade de nome, pouco ou nada tem em comum com o assunto em questão;
- Estratagema 3 (refutativo) - tomar uma declaração relativa como se fosse absoluta;
- Estratagema 4 (propositivo) - impedir que o adversário antecipe as conclusões a partir da apresentação das premissas;
- Estratagema 5 (propositivo) - utilizar premissas falsas intencionalmente;
- Estratagema 6 (misto) - valer-se da petição de princípio (*petitio principii*);
- Estratagema 7 (propositivo) - fazer muitas perguntas de uma só vez e de modo desordenado a fim de ocultar o que na verdade se quer ver admitido;
- Estratagema 8 (refutativo) - incitar a raiva no adversário;
- Estratagema 9 (propositivo) - confundir o adversário e impedi-lo de antever os caminhos da argumentação;
- Estratagema 10 (propositivo) - perguntar o oposto da proposição que se busca confirmar;
- Estratagema 11 (misto) - ampliar uma indução particular para o geral;
- Estratagema 12 (refutativo) - nomear algo de modo que favoreça a argumentação, atribuindo ao objeto um valor que não o corresponda;
- Estratagema 13 (misto) - apresentar uma tese contrária àquela que se quer provar;
- Estratagema 14 (misto) - proclamar que a conclusão desejada se concretizou, ainda que as respostas do interlocutor não o tenham feito;
- Estratagema 15 (propositivo) - desviar a atenção por meio do sacrifício de um argumento dispensável;
- Estratagema 16 (refutativo) - comparar uma afirmação do interlocutor com doutrinas ou comportamentos do qual ele é adepto;
- Estratagema 17 (refutativo) - frente à negação do próprio argumento, distingui-lo com a adição de outro ponto de vista;
- Estratagema 18 (refutativo) - interromper o debate ou mudar de assunto;

- Estratagema 19 (refutativo) - generalizar determinado ponto defendido pelo interlocutor;
- Estratagema 20 (misto) - utilizar premissas falsas anteriormente aceitas;
- Estratagema 21 (refutativo) - expor ao público a utilização de um estratagema por parte do interlocutor ou rebater o uso de tal estratagema com a utilização do mesmo método;
- Estratagema 22 (refutativo) - se negar a admitir algo que o interlocutor exija que seja admitido;
- Estratagema 23 (refutativo) - incentivar o interlocutor a apresentar argumentos exagerados que podem ser facilmente rejeitados;
- Estratagema 24 (misto) - demonstrar as consequências dos argumentos do interlocutor;
- Estratagema 25 (refutativo) - apresentar um "contraexemplo" que invalide a tese do interlocutor;
- Estratagema 26 (refutativo) - utilizar os argumentos do interlocutor contra ele;
- Estratagema 27 (refutativo) - insistir em um argumento que causa raiva no adversário;
- Estratagema 28 (refutativo) - em uma conversa conduzida por dois eruditos frente a uma plateia leiga, propor argumentos cuja inconsistência só será percebida ou entendida pelo interlocutor;
- Estratagema 29 (refutativo) - apresentar, como se fosse pertinente à conversa, um argumento que não é relacionado com o assunto em questão;
- Estratagema 30 (misto) - se juntar a alguém que possui uma autoridade que é respeitada pelo adversário;
- Estratagema 31 (refutativo) - gozar da tese do adversário, a desacreditando através da alegação de que não a entendeu;
- Estratagema 32 (refutativo) - rotular as ideias do interlocutor com termos que o prejudiquem;
- Estratagema 33 (refutativo) - argumentar que na teoria a tese defendida pelo interlocutor até pode funcionar, mas que na prática será impossível;
- Estratagema 34 (refutativo) - pressionar a continuação de um assunto que o adversário se esquivou ou se sentiu desconfortável;
- Estratagema 35 (propositivo) - se utilizar da vontade do adversário e da plateia para tornar um argumento impensável verdadeiro;

- Estratagema 36 (misto) - desconcertar o adversário com o proferimento de palavras sem sentido;
- Estratagema 37 (refutativo) - aproveitar quando o adversário escolher uma prova ruim para refutá-lo, ainda que ele tenha razão na conclusão final;
- Último Estratagema (refutativo) - agredir gratuitamente a pessoa do interlocutor, seja verbalmente ou até mesmo fisicamente.

3.4 A TEORIA DOS ATOS DE FALA

Prosseguindo a construção do referencial teórico, faz-se necessária a apresentação de uma análise contemporânea da retórica - a análise pragmática da linguagem. De acordo com Souza Filho, "a pragmática [...] diz respeito à linguagem em uso, em diferentes contextos, tal como é utilizada por seus usuários para a comunicação." (SOUZA FILHO, 2006, p. 219) Ou seja, ela se propõe a estudar a linguagem como ela verdadeiramente é, não apenas através de uma visão estritamente semântica ou sintática.

De acordo com Souza Filho (2006, p. 220), existem duas linhas principais de desenvolvimento da pragmática na filosofia da linguagem. De um lado está a linha contextualista, a qual considera o contexto como o ponto principal da análise; do outro, a linha centrada nos "atos de fala", a qual define a ação ou a realização de atos como sendo o cerne da análise. Esta segunda linha de pensamento, por sua vez, se subdivide em duas: uma ligada a Wittgenstein, o qual defende uma visão assistemática de tratamento da linguagem; e outra ligada a John Austin, denominada concepção performativa de linguagem, o qual entende que uma sistematização é possível e necessária, desde que a linguagem seja tratada como uma forma de ação - e não apenas uma representação de fatos. No presente trabalho, será dado um foco maior a esta última visão.

Austin, através de suas palestras realizadas em Harvard no ano de 1955 - que posteriormente seriam compiladas em um livro - expôs a sua visão pragmática da linguagem que viria a ser nomeada "Teoria dos Atos de Fala". Inicialmente, o filósofo britânico distinguiu o ato da fala entre: (a) *constatativo*, que é o uso de sentenças para descrever fatos e eventos; (b) *performativo*, que é o uso da fala para realizar algo.

Enquanto constatativos podem ser verdadeiros ou falsos [...], um performativo não é realmente nem verdadeiro nem falso, uma vez que não descreve um fato, mas deve ser considerado como bem ou mal sucedido, dependendo das circunstâncias e consequências da realização do ato. (SOUZA FILHO, 2006, p. 224)

Austin, no entanto, logo percebeu que essa diferenciação era inadequada - já que ambos os atos se entrelaçam, ou seja, o fato de descrever algo pode ser considerado bem ou mal sucedido, enquanto um ato performativo inevitavelmente mantém relação com um fato. Assim, de acordo com Souza Filho (2006), o filósofo chega à conclusão de que a concepção do uso da linguagem como uma forma de agir deve ser estendida para toda a linguagem. O ato de fala, dessa forma, surge como a unidade básica de significação.

A partir da análise anterior, Austin sugere que os atos de fala são constituídos por três dimensões integradas. Um ato de fala, portanto, pode ser *locucionário, ilocucionário ou perlocucionário*.

(a) O primeiro diz respeito à dimensão linguística propriamente dita - suas regras gramaticais, com sentido e referência.

(b) O ato ilocucionário, por sua vez, é o núcleo do ato de fala e tem como aspecto fundamental a força performativa propriamente dita. Para melhor ilustrar, um exemplo é pertinente: "Eu prometo que irei". A própria palavra "prometo" constitui o ato de prometer, não se trata de uma descrição de intenções, mas apenas de uma realização de uma promessa. A força do ato é a promessa, portanto, "prometer" é um verbo performativo - e verbos performativos geralmente descrevem forças ilocucionárias dos atos realizados. Por outro lado, é possível que uma promessa seja feita sem o uso do verbo em si, como em "Eu irei". Neste caso, fica claro que atos ilocucionários podem ser realizados com verbos performativos implícitos, e ainda assim tenham a força que pretendem ter. Dessa forma, a determinação da força, ou das intenções de uma fala, vai além de elementos linguísticos propriamente ditos. "Um dos objetivos principais da análise dos atos de fala consiste precisamente em tornar explícita a força do ato realizado." (SOUZA FILHO, 2006, p. 224) Nesse mesmo sentido, Flores (1994) elenca três tipos de efeitos que definem se um ato ilocucionário foi bem sucedido: assegurar-se de que foi bem compreendido; a realização daquilo para o que o ato se destina; convidar o interlocutor a responder sempre que uma réplica convencionalmente estabelecida seja possível.

(c) Por último, o ato perlocucionário é caracterizado pelas consequências do ato em relação aos ouvintes, ao falante, ou a outras pessoas. "Uma mesma promessa pode provocar os mais diversos efeitos perlocutórios, os quais não interferem na própria realização do ato, como é o caso dos três sentidos de efeito associados aos ilocutórios." (FLORES, 1994, p. 17) Tal ato, no entanto, pode ou não ser realizado com o objetivo, intenção ou propósito de gerar

tais consequências. Flores (1994) oferece um bom exemplo de que a perlocução não depende nem se confunde necessariamente com a intenção através da seguinte frase: "Cuidado com o cão". "[...] (Tal frase) é um ato ilocucionário com valor de aviso, e pode assustar essa pessoa sem que fosse essa a nossa intenção". (FLORES, 1994, p. 16)

Após tais definições, Flores (1994) reforça a diferenciação entre atos ilocucionários e perlocucionários. "A grande distinção entre atos ilocutórios e perlocutórios é que os primeiros são sempre convencionais e os segundos não". (FLORES, 1994, p. 17) "Convencionais", nesse contexto, significa que a resposta a um ato ilocucionário é um ato "automático" ou socialmente esperado - como, por exemplo, responder a uma pergunta, acatar um conselho ou obedecer a uma ordem.

Para ficar perfeitamente claro, Flores (1994) faz possível distinguir os atos através do que pensamos quando realizamos o ato. Em um ato ilocucionário, pensa-se "o que estou a fazer ao dizer: estou a afirmar, a perguntar, a ordenar ou a prometer qualquer coisa?"; enquanto em um ato perlocucionário pensa-se "o que provoco pelo fato de ter afirmado, perguntado, ordenado ou prometido?".

Em seguida, Souza Filho (2006) expõe a noção de Austin de que existem condições necessárias para a realização de um ato performativo - seja ele qual for. Assim, é essencial que haja uma combinação entre as intenções do falante e as convenções sociais para que um ato de fala seja bem sucedido. As intenções, por sua vez, são psicológicas - ou seja, subjetivas - embora elas inevitavelmente se originem das próprias convenções sociais.

Decorrente das análises e propostas feitas por John Austin, diversos autores se dedicaram a expandir e estudar o tema esboçado pelo filósofo britânico. Um deles foi um homônimo de Austin, o estadunidense John Searle.

De acordo com Souza Filho (2006), Searle entendia o ato de fala como sendo o resultado da combinação de uma proposição p dotada de um conteúdo semântico que estabelece relação com os fatos do mundo, e da força ilocucionária f que se acrescenta à proposição. Mais uma vez, um exemplo é interessante para que essa noção fique mais clara. A asserção "a porta está aberta" possui o mesmo conteúdo proposicional que o imperativo "abra a porta", a interrogação "a porta está aberta?", e o condicional "se a porta estivesse aberta". Tais frases, assim, possuem diferentes forças ilocucionárias acrescentadas ao mesmo conteúdo.

3.5 A RETÓRICA NA ADMINISTRAÇÃO

Neste ponto do trabalho, mostra-se imprescindível fazer uma conexão entre a retórica e a prática administrativa. Para tal, será exposta a análise da linguagem gerencial feita por Azevêdo e De Stefani (2014). De acordo com os autores, um administrador deve, além de saber aquilo que faz, também saber como fazê-lo. E, na maioria das vezes, o administrador realiza sua função através da comunicação - a qual estará sempre inevitavelmente conectada à retórica.

[...] um administrador comunica os objetivos e o que deve ser feito às pessoas cujo desempenho faz-se necessário; comunica a estrutura de organização das atividades e trabalhos com seus subordinados, com seu superior hierárquico, bem como com seus colegas para formar uma equipe com as pessoas responsáveis pelos vários trabalhos; comunica padrões ou normas de desempenho para que cada funcionário disponha dos padrões de avaliação, bem como transmite o sentido de suas avaliações e conclusões aos seus subalternos, superiores e colegas; e comunica-se para expressar os seus princípios de integridade de caráter. (AZEVEDO; DE STEFANI, 2014, p. 182)

A seguir, será apresentada a análise feita em relação à retórica administrativa proposta por Azevêdo e De Stefani (2014), a qual têm como base os princípios dos atos de fala de Austin - os quais foram explicados anteriormente.

A análise em questão tem como objeto uma das funções do administrador: a de estabelecer objetivos e metas - bem como o que deve ser feito para alcançá-las -, e posteriormente comunicá-las às outras pessoas. De acordo com Azevêdo e De Stefani (2014), esta função envolve um ato locucionário e um ato ilocucionário, "pois compreende tanto o ato fonético, o fático e o rético, como, também, um ato de dizer algo, expressando uma força predominantemente de comando". (AZEVEDO; DE STEFANI, 2014, p. 183)

Além disso, o administrador, ao realizar a enunciação, apresenta-se com legitimidade às pessoas, pois a enunciação é realizada por alguém que detém uma autoridade formal concedida no âmbito da estrutura organizacional da empresa e é realizada no âmbito de um contexto organizacional que é próprio. (AZEVEDO; DE STEFANI, 2014, p. 183)

"A compreensão e a aceitação de um ato de fala não são garantias de que as pessoas cumprirão as ações comunicadas." (AZEVEDO; DE STEFANI, 2014, p. 183) Dessa forma, apenas o ato ilocucionário e o locucionário são insuficientes para explicar essa questão. Neste sentido, o ato perlocucionário também surge como um modo de elucidar o ato administrativo: "o administrador provoca certos efeitos sobre os interlocutores ao dizer algo". (AZEVEDO; DE STEFANI, 2014, p. 184) E, tendo em vista que o administrador realiza suas ações pelo feito de outros - ou seja, as ações de seus comandados refletem se o comando foi de fato efetivo -, o ato predominante, na verdade, acaba sendo o perlocucionário. "Portanto, o

administrador, ao comunicar algo, pretende que sua intenção seja realizada no ouvinte e, dessa forma, constrói o seu ato linguístico em conformidade com o seu interesse predeterminado." (AZEVEDO; DE STEFANI, 2014, p. 184) Assim, como elucidado por esta breve análise, o ato administrativo é complexo ao ponto de utilizar os três atos propostos por Austin, porém tendo a predominância do ato perlocucionário.

3.6 A RETÓRICA NA GRADUAÇÃO

Por fim, mas não menos importante, é essencial que seja exposto um referencial teórico que relacione o tema da retórica ao seu ensino na graduação.

Há uma exagerada ênfase na instrumentalização banalizada dos alunos, condicionando, através de receitas de bolo, os estudantes a darem respostas padronizadas para as necessidades do mercado e fechando a porta da reflexão e da busca de suas próprias soluções. (ALCADIPANI; BRESLER, 2000, p. 23)

Embora a citação acima seja de uma matéria que analisa o contexto da graduação de uma forma mais geral, ela pode também servir também para o contexto dos cursos que este trabalho se propõe a analisar. "A pluralidade do ensino e das opiniões, a ênfase na pesquisa, a reflexão crítica passam a dar lugar à busca desenfreada por resultados pragmáticos." (ALCADIPANI; BRESLER, 2000, p. 23) Assim, é natural relacionar a falta do ensino da retórica a uma postura passiva por parte dos estudantes. Afinal, é muito mais confortável, para um aluno, seguir instruções simples do que rebater e questionar argumentos de modo a expor seu próprio ponto de vista sobre determinado assunto. "Não é por acaso que, em todas as faculdades, os alunos se preocupam com o tamanho dos trabalhos: 'Quantas páginas, professor?', como se fosse possível avaliar conteúdo, reflexão e profundidade com fita métrica." (ALCADIPANI; BRESLER, 2000, p. 24)

É evidente que tais comportamentos variam fortemente de acordo com a própria postura do professor, porém aqueles docentes que de fato estão comprometidos a instigar um pensamento elaborado e crítico compartilham o espaço com aqueles que simplesmente querem expor certo conteúdo de forma "inquestionável" (inquestionável, aqui, representa o fato de não serem dadas oportunidades aos questionamentos e ao surgimento de ideias conflitantes) ou que pouco verdadeiramente se importam com o aprendizado dos alunos. "Dá aula quem é bem adestrado, não quem faz pensar por conta própria." (ALCADIPANI; BRESLER, 2000, p. 22-23)

Prosseguindo nessa exposição da formação do administrador, Motta (1983) delinea os "tipos" de administradores formados na graduação:

- (a) aluno-imagem positiva do administrador - aspirante à administração;
- (b) administrador em ascensão - preocupado em atender a empresa e ascender concomitantemente a ela;
- (c) administrador propriamente dito - bem situado na empresa e sente na prática a influência da formação teórica na sua atuação em termos de estrutura decisória e relacionamento com subordinados;
- (d) administrador deslocado - mesmo com uma formação moderna, atua na pequena e média empresa tradicional;
- (e) administrador desajustado - encontra dificuldade em desempenhar sua função, principalmente por falta de características importantes como agressividade, competitividade, habilidade social e política;
- (f) administrador tecnocrata - facilmente evidencia a influência da formação escolar e do âmbito empresarial em termos de preocupação com a integração dos funcionários à empresa;
- (g) administrador-técnico - atende mais a tarefas técnicas, e não a relações humanas.

Elencados os tipos, é importante salientar um deles, mais precisamente o "administrador desajustado". "[...] estão nessa categoria pessoas de alto senso ético e de considerável sensibilidade e inteligência." (MOTTA, 1983, p. 55) Assim, evidencia-se a contradição entre o exercício da retórica - principalmente do modo como pregado por Schopenhauer - e o próprio exercício da função administrativa. Para o autor polonês, como já exposto anteriormente, a ética e busca irrestrita pela verdade não podem ser uma barreira a um efetivo uso da retórica de forma persuasiva.

Uma escola de administração é, antes de mais nada, uma instituição universitária, e como tal deve voltar-se para a formação de indivíduos adultos, realizados, dotados de impulso renovador e bem equipados culturalmente, para não falar do sentido ético, que entra em crise com a perda de significado mais geral. (MOTTA, 1983, p. 55)

3.7 SÍNTESE E REFLEXÕES

Com a base teórica apresentada anteriormente, será possível a inserção do ponto de vista do autor do presente trabalho - ainda que de maneira comedida, pois este é um assunto demasiadamente complexo e aqui não se propõe a criação de novas teorias.

Embora Schopenhauer exponha em sua literatura uma visão pessimista sobre a sociedade - e sobre a própria essência do ser humano -, não é fácil discordar de seus argumentos quando olhamos para as dinâmicas sociais atuais. Infelizmente, parece que a retórica de fato é utilizada apenas para atingir objetivos pessoais, sem uma preocupação com a visão de Aristóteles sobre a busca da verdade. Talvez seja uma minoria "má" que cause essa impressão. Ou talvez seja porque notícias sobre corrupção geram mais público do que notícias sobre ações caridosas, mas soa utópico pensar, principalmente no cenário de pandemia atual, que algum pensador contemporâneo consiga formular qualquer teoria sem ser influenciado por esse pessimismo de Schopenhauer. Assim, quando os dados da pesquisa estiverem à disposição, uma visão mais clara se formará nessa questão - ainda que as perguntas sejam direcionadas a uma pequena fatia da sociedade.

4. OBJETIVO GERAL

O presente trabalho tem como objetivo principal compreender como os estudantes do curso de Administração percebem a importância da retórica, e como eles avaliam sua formação retórica durante a graduação a fim de fazer uma análise sobre o estado atual do ensino.

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar como os estudantes e egressos do curso de Administração percebem a importância da retórica para a prática administrativa;
- Identificar em que fontes se originam essa importância;
- Elucidar como eles avaliam a presença da retórica durante sua formação educacional na graduação;
- Construir uma base de dados, ainda que pequena, que delineie os perfis dos estudantes em relação ao ensino da retórica e sirva como amparo para futuros estudos.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a execução dos objetivos propostos, é imprescindível a obtenção de dados que representem o entendimento e o nível de aprendizado dos alunos de Administração em relação à retórica. Dessa forma, foi realizada uma pesquisa quantitativa que abrange, exclusivamente, alunos que estejam entre os sexto e décimo semestres, ou que tenham se formado nos últimos cinco anos. O público-alvo foi delineado desta maneira pois os estudantes do início do curso ainda não têm uma total noção do que o curso pode oferecer - e, desta maneira, poderiam fornecer dados discrepantes com o que a graduação realmente oferece como um todo. Da mesma forma, aqueles graduados há muito tempo também poderiam influenciar a pesquisa com base em uma experiência que não se observa mais atualmente devido às mudanças constantes que o curso sofre.

O presente questionário teve duplo propósito: de um lado, identificar qual o grau de importância que os estudantes do curso de Administração da UFRGS conferem a determinados atributos da retórica para o exercício da prática profissional da administração e, de outro, identificar também qual o grau de influência do curso de administração para o desenvolvimento pessoal desses mesmos atributos. Vale ressaltar que todos os atributos se referem ao exercício da prática administrativa nos mais diversos contextos de atuação profissional, como em uma reunião formal, uma conversa com colegas de trabalho, fornecedores ou clientes... Assim, abaixo se encontra a listagem dos atributos que alguns estudiosos da retórica consideram fundamentais.

1. Ter a capacidade de distorcer os argumentos do interlocutor frente aos ouvintes e/ou outros interlocutores;
2. Ter a capacidade de usar premissas falsas para comprovar uma conclusão verdadeira (os fins justificam os meios);
3. Possuir um excelente domínio linguístico, ou seja, ter um amplo vocabulário que possibilite se expressar do modo mais compreensível possível aos interlocutores e/ou ouvintes;
4. Ser capaz de correlacionar diversos temas no mesmo contexto de conversa;
5. Ter a capacidade de criar ou recorrer a metáforas, analogias e exemplos como recursos explicativos daquilo que se pretende explicar;
6. Possuir a capacidade tanto para entender quanto para expor duas ou mais perspectivas sobre determinado tema, assunto ou situação;

7. Ser capaz de se manter fiel à ética pessoal mesmo em situações em que essa fidelidade será prejudicial para si mesmo e/ou para a organização;
8. Ter a capacidade de manipular as emoções do interlocutor de modo a distraí-lo, confundi-lo ou até irritá-lo;
9. Possuir a capacidade de controlar as próprias emoções em momentos adversos de uma discussão;
10. Ser capaz de manter uma "boa imagem" que permita a transmissão de uma sensação de confiança e respeito;
11. Ter a capacidade de argumentação oral através da imposição vocal, ou seja, se expressar com firmeza e demonstrar conhecimento sobre o assunto abordado;
12. Ter a capacidade de argumentação oral através da adaptação vocal, ou seja, ser capaz de adaptar o discurso de acordo com os diferentes contextos da profissão;
13. Possuir a capacidade de enxergar e prever conexões de causa e efeito em um discurso, seja naquele conduzido pelo locutor ou naquele feito pelo interlocutor;
14. Ter a capacidade de identificar e expor inconsistências e/ou contradições no discurso do interlocutor;
15. Ter a capacidade de identificar e expor fraquezas na "pessoa" do interlocutor (em sua imagem, naquilo que ele é ou demonstra ser);
16. Possuir a capacidade de identificar se foi compreendido por parte do interlocutor e/ou ouvintes, seja através da realização de perguntas ou através da abertura a réplicas;
17. Possuir a capacidade de persuadir o interlocutor (fazer com que o interlocutor haja de acordo com a necessidade e/ou vontade do locutor);
18. Ter a capacidade de fazer com que o ponto de vista defendido prevaleça, ainda que os argumentos não convençam completamente o interlocutor;
19. Ter a capacidade de refutar os argumentos do interlocutor (antes mesmo de provar seu próprio ponto de vista como verdadeiro);
20. Possuir um excelente domínio linguístico escrito, ou seja, ter um amplo vocabulário que possibilite se expressar do modo mais compreensível possível aos interlocutores e/ou ouvintes;
21. Ser capaz de se manter fiel à ética organizacional mesmo que ela seja contrária ou diferente da ética pessoal (se manter fiel àquilo que a empresa como um todo entende como correto e/ou verdade);

22. Possuir a capacidade de trabalhar em equipe, seja no papel de liderança, subordinação ou igualdade entre os membros;
23. Ter a capacidade de compreender os motivos e motivações que levaram aos argumentos do interlocutor (se colocar no lugar do interlocutor);
24. Ter a capacidade de entender os objetivos finais do discurso do interlocutor;
25. Ser capaz de demonstrar empatia pelos argumentos do interlocutor, ainda que pense de modo diferente, de modo a manter uma imagem positiva frente a outros interlocutores e/ou ouvintes;
26. Ser capaz de se manter tranquilo em situações de pressão;
27. Ser capaz de cativar o interlocutor e/ou ouvintes (se fazer ser ouvido);
28. Ter a capacidade de expor ideias complexas de forma simples a interlocutores e/ou ouvintes que possuem menos conhecimento sobre o assunto em questão;
29. Possuir a capacidade de impressionar os ouvintes e assim distraí-los de uma inconsistência no próprio discurso;
30. Ter a capacidade de construir uma linha de raciocínio baseada em argumentos lógicos (ou argumentos que aparentam ser lógicos para o interlocutor e/ou ouvintes).

Realizada a listagem dos atributos, foi feita uma categorização dos mesmos a partir de três autores: Aristóteles - com sua separação entre *logos*, *pathos* e *ethos*; Austin (1962) - e sua diferenciação entre atos locucionários, ilocucionários e perlocucionários; e Pedroso (2016) - que categorizou os estratagemas de Schopenhauer em propositivos, refutativos e mistos. Abaixo se encontra uma tabela que ilustra a categorização dos trinta atributos elencados. Observação: determinados atributos não se encaixaram exatamente em alguma das categorias, ou até mesmo se encaixaram em mais de uma.

Figura 1 - Categorização dos atributos retóricos

Atributo/Categoria	Aristóteles			John Austin			Schopenhauer		
	Logos	Ethos	Pathos	Locucionário	Ilocucionário	Perlocucionário	Propositivo	Refutativo	Misto
1	X					X		X	
2	X					X	X		
3		X		X					X
4	X				X				X
5	X				X		X		
6	X				X				X
7		X		---	---	---	---	---	---
8			X			X		X	
9			X	---	---	---			X
10		X			X		X		
11		X			X				X
12		X			X				X
13	X					X			X
14	X					X		X	
15		X				X		X	
16	X				X		X		
17	X	X	X			X	X		
18		X				X	X		
19	X					X		X	
20		X		X					X
21		X		---	---	---	---	---	---
22	---	---	---	---	---	---	---	---	X
23	X					X		X	
24	X					X		X	
25			X			X		X	
26			X	---	---	---	---	---	---
27		X			X		X		
28	X				X		X		
29			X			X	X		
30	X				X		X		

Fonte: elaborado pelo autor

Por fim, para calcular o tamanho da amostra ideal para a pesquisa, foram utilizados métodos estatísticos com base nos dados fornecidos pela COMGRAD: alunos entre os 6-10 semestres: 597; alunos formados nos últimos 5 anos: 809. Assim, o tamanho total da população é 1406, e o tamanho mínimo da amostra é 46 - tendo um grau de confiança de 90% e uma margem de erro de 12%.

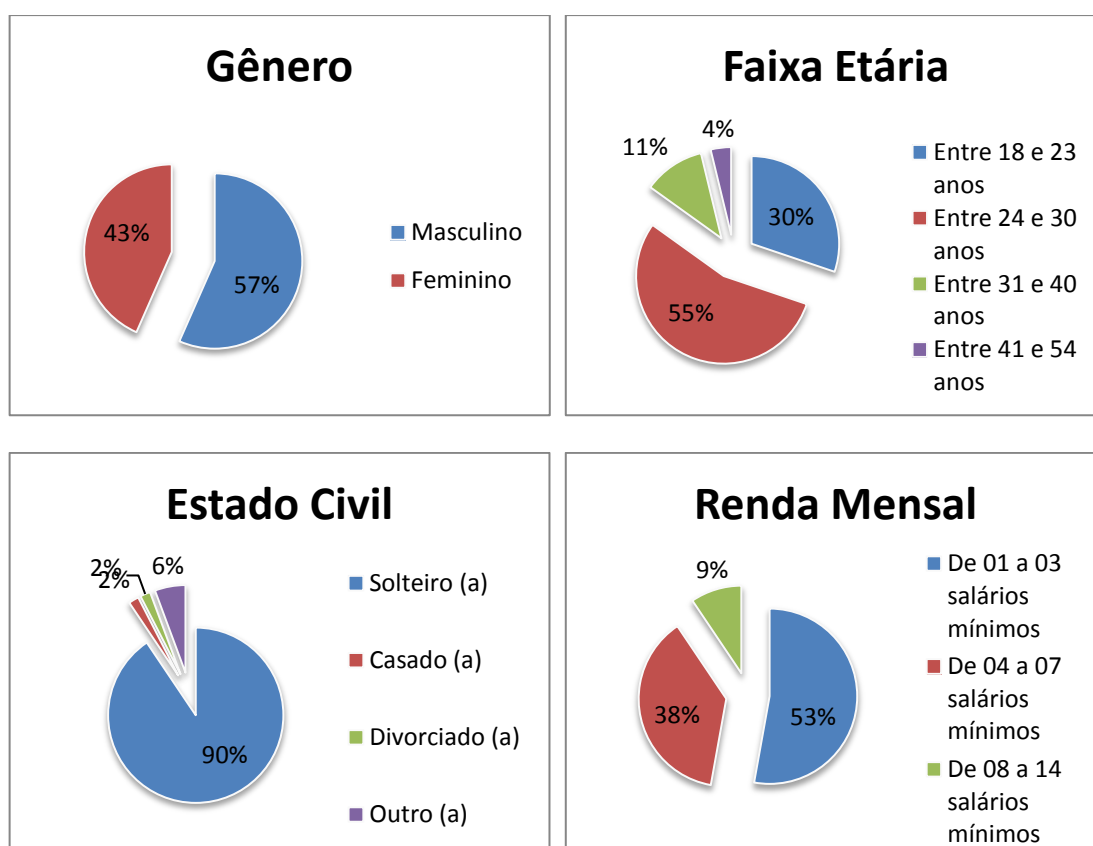
6. RESULTADOS E ANÁLISE

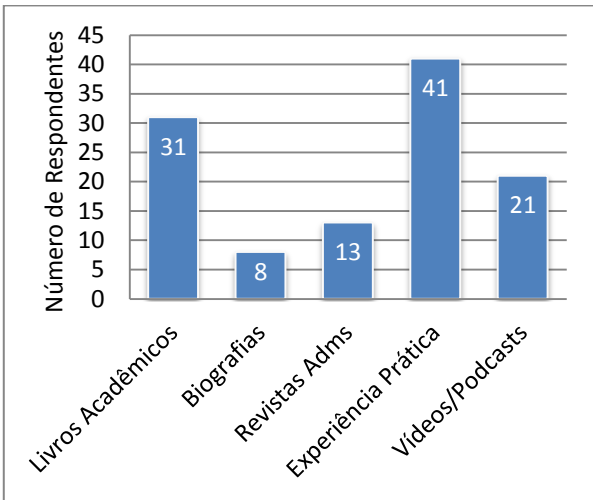
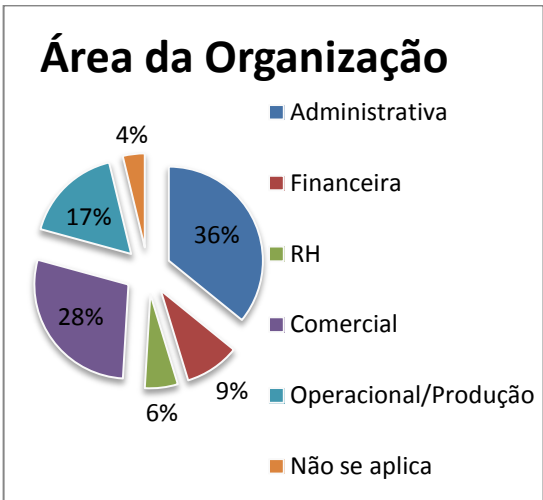
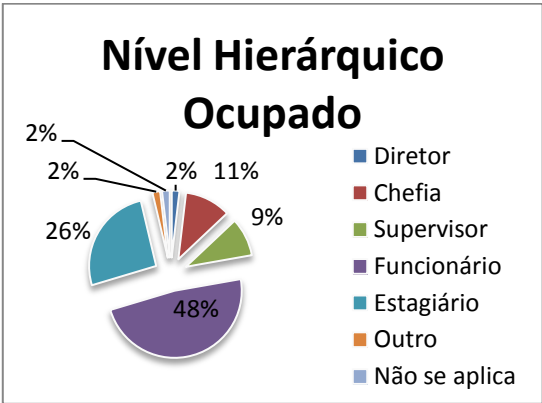
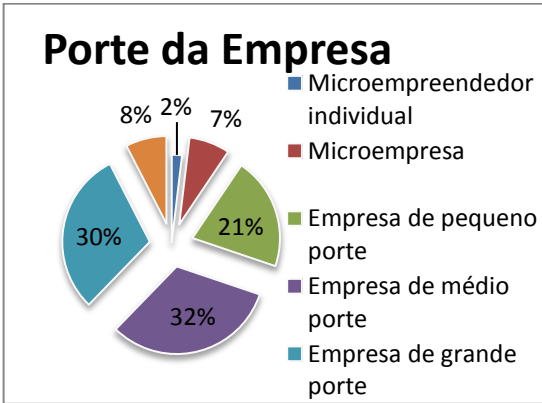
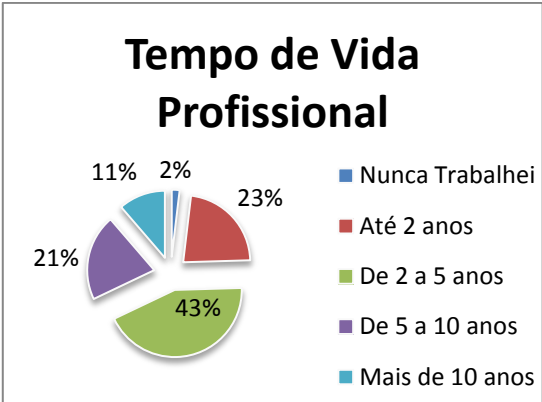
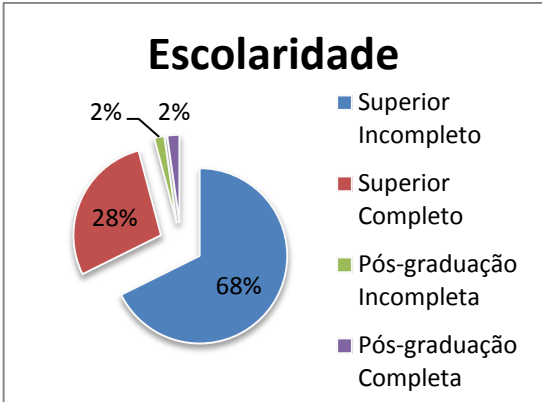
A pesquisa deste trabalho foi realizada entre os meses de março e abril de 2021, teve um total de 53 respondentes, e foi feita de forma exclusivamente online através de uma ampla divulgação nas redes sociais. Os respondentes, como já mencionado anteriormente, são compostos exclusivamente por alunos que atualmente cursam a graduação em administração na UFRGS, ou por aqueles que recentemente se formaram no curso.

6.1 PERFIL DO RESPONDENTE

Primeiramente, é essencial levantar o perfil médio do respondente da pesquisa (aquelas alternativas que tiveram um total de zero respostas não foram incluídas nos gráficos).

Quadro 1 - Perfil do Respondente





Fonte: Dados da Pesquisa

Com base nos parâmetros exibidos nos gráficos acima, é possível delinear o perfil médio do respondente da pesquisa. Fica evidente que o perfil médio é aquele de alguém que está começando sua vida profissional. Diversos parâmetros corroboram este fato: a maior parte dos respondentes tem entre 18 e 30 anos, uma faixa etária que corresponde a uma fase da vida na qual praticamente tudo ainda é novo e incerto; a renda mensal, o tempo de vida profissional e o nível hierárquico ocupado são outros parâmetros que representam um perfil de alguém que recentemente está dando seus primeiros passos no

mundo profissional - principalmente os dados que apontam que dois terços dos respondentes (75,5%) ainda ocupam cargos de menor responsabilidade, como o de um estagiário ou funcionário.

Outro dado que chamou atenção na delineação do perfil foi o último gráfico. Mais de dois terços dos respondentes (77,4%) utilizam a experiência prática para se instruir a respeito da prática administrativa, enquanto 58,5% usam livros acadêmicos. Neste mesmo sentido, vídeos e *podcasts* têm mais relevância - com 39,6% - se comparados a revistas administrativas (24,5%). Em ambos os casos, estão lado a lado meios mais "casuais", práticos e intuitivos, e meios mais padronizados e "tradicionais". Este dado pode sinalizar que a constante atualização dos meios de comunicação - e, principalmente, da forma como se obtém conhecimento - tem um impacto direto na formação de um administrador.

Ainda em relação aos dados expostos no parágrafo anterior, vale salientar que o curso de graduação não exige um estágio obrigatório para a formação dos estudantes, mas estes, mesmo assim, buscam na experiência prática uma fonte de conhecimento de forma ainda mais impactante que os próprios livros acadêmicos. Tal dado pode ainda derivar do fato de que poucas disciplinas realmente exigem do aluno alguma leitura de livros acadêmicos, já que esta forma de transmitir conhecimento muitas vezes é substituída por apresentações no *PowerPoint* ou resumos elaborados pelo professor ou pelos próprios alunos que cursaram a disciplina em semestres anteriores.

Por fim, um ponto interessante que pode ser analisado com o isolamento de um determinado aspecto do perfil é o número de respondentes que possui um cargo administrativo. Neste caso, serão colocados em contraste aqueles que já completaram a graduação e aqueles que ainda estão matriculados no curso. A pesquisa teve um total de 17 respondentes que disseram já ter graduado - e, destes, 10 ocupam um cargo administrativo - enquanto 36 respondentes relataram possuir uma graduação incompleta - e, destes, apenas 9 ocupam um cargo administrativo. Tendo como base esses dados, fica evidente o fato de que o real exercício da profissão se dá, na maioria das vezes, somente apenas após a finalização do curso. Em diversos casos ao longo do curso, colegas de graduação relataram ao autor deste trabalho, em conversas informais e de forma desanimada, que seus primeiros trabalhos nada envolviam a parte administrativa da empresa, sendo mais voltados ao aspecto operacional ou de produção. A falta de um

estágio obrigatório que formalize melhor esta questão pode ser uma alternativa que melhor prepare o administrador à função que ele de fato executará no futuro.

6.2 A IMPORTÂNCIA DA RETÓRICA E A INFLUÊNCIA DA GRADUAÇÃO

Realizada a ilustração do perfil médio, parte-se diretamente para a análise das questões que formam o cerne deste trabalho. Abaixo, seguem as tabelas que ilustram, respectivamente, a importância dada pelos respondentes a cada atributo, e a influência por parte da graduação no desenvolvimento de tais atributos. Observação: o número de cada atributo se refere à listagem feita nos procedimentos metodológicos do trabalho.

Figura 2 - Importância da Retórica

Atributo\Pontuação	Média	Desvio
26	4.57	0.82
22	4.55	0.77
28	4.49	0.95
3	4.45	0.87
11	4.43	0.89
20	4.43	0.97
23	4.40	0.97
9	4.38	1.02
16	4.38	0.88
12	4.30	0.89
30	4.30	0.85
6	4.28	0.77
13	4.28	0.91
10	4.25	0.94
24	4.25	0.94
25	4.23	0.87
27	4.17	0.94
4	4.13	0.90
5	4.09	0.79
7	4.00	0.96
14	3.85	1.03
17	3.85	1.06
18	3.34	1.31
29	3.23	1.37
19	3.09	1.44
21	2.77	1.12
1	2.57	1.37
15	2.36	1.18
8	2.25	1.22
2	2.02	0.95

Figura 3 - Influência da Graduação

Atributo\Pontuação	Média	Desvio
22	4.08	1.21
3	3.96	0.98
6	3.91	0.95
30	3.91	0.99
20	3.85	1.28
28	3.85	1.23
10	3.83	1.33
24	3.83	1.19
12	3.81	1.16
23	3.79	1.12
11	3.77	1.22
16	3.77	1.22
5	3.68	1.09
4	3.64	1.13
25	3.64	1.26
9	3.58	1.39
7	3.57	1.10
27	3.57	1.37
26	3.40	1.56
13	3.38	1.32
14	3.28	1.06
17	3.17	1.28
18	3.13	1.39
29	2.98	1.47
19	2.74	1.36
21	2.55	1.10
1	2.53	1.26
2	2.08	1.11
8	2.06	1.26
15	2.04	1.06

Fonte: Dados da Pesquisa

Primeiramente, vale salientar que a maior parte dos atributos que tiveram menor média de importância diz respeito a estratégias não exatamente éticas propostos por Schopenhauer - como, por exemplo, os atributos 2 (ter a capacidade de usar premissas falsas para comprovar uma conclusão verdadeira) e 8 (ter a capacidade de manipular as emoções do interlocutor de modo a distraí-lo, confundi-lo ou até irritá-lo). Do mesmo modo, tais atributos se encontram na faixa inferior do nível de influência, demonstrando que a graduação de fato não incentiva o desenvolvimento de atributos julgados pelos respondentes como pouco importantes ou relevantes. Nesta mesma faixa de pontuação baixa, se evidencia uma separação entre dois blocos - visto que a média de importância entre o atributo 17 (3.85) e o atributo 18 (3.34) é discrepante em relação à distância entre o restante das médias (as quais diminuem de forma homogênea até chegar ao ponto citado). Tal fato fica ainda mais evidente quando a média dos atributos é comparada à média geral - afinal, apenas os atributos do "bloco inferior" estão abaixo da média geral de 3.85. Para corroborar por completo esta análise, os mesmo exatos atributos se encontram neste bloco inferior tanto na média de importância quanto na média de influência.

Além dos estratégias de Schopenhauer, estão mal ranqueados atributos que favorecem o comando ou a imposição frente a um verdadeiro convencimento e persuasão - como, por exemplo, os atributos 18 (ter a capacidade de fazer com que o ponto de vista defendido prevaleça, ainda que os argumentos não convençam completamente o interlocutor) e 19 (ter a capacidade de refutar os argumentos do interlocutor (antes mesmo de provar seu próprio ponto de vista como verdadeiro)). Por fim neste apanhado dos atributos que tiveram as piores pontuações, vale salientar que eles também foram responsáveis pelos maiores desvios observados na pesquisa (na tabela de importância) - especialmente os atributos 1, 18, 19 e 29, os quais ficaram muito acima do desvio padrão médio de 0.99. Por outro lado, na tabela de influência, o desvio padrão se mostrou relativamente homogêneo ao longo do ranqueamento, tendo a grande maioria dos atributos próximos do desvio padrão médio de 1.21. Tal dado demonstra que, apesar de haver uma maior discordância entre os respondentes em relação à influência quando comparada à importância, essa discordância é mais bem distribuída entre os atributos - enquanto, na tabela de importância existem determinados atributos que geraram um desvio justamente pelo fato de dizerem respeito a questões éticas.

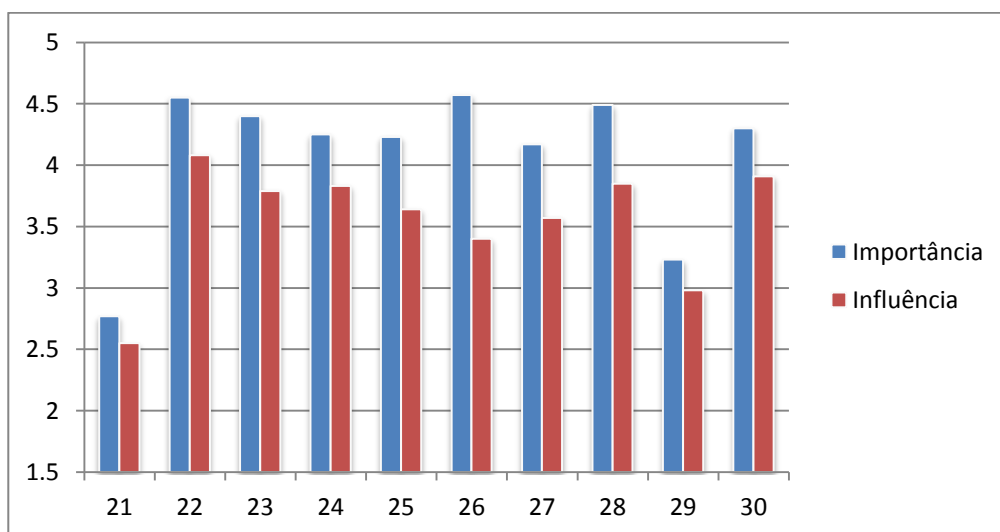
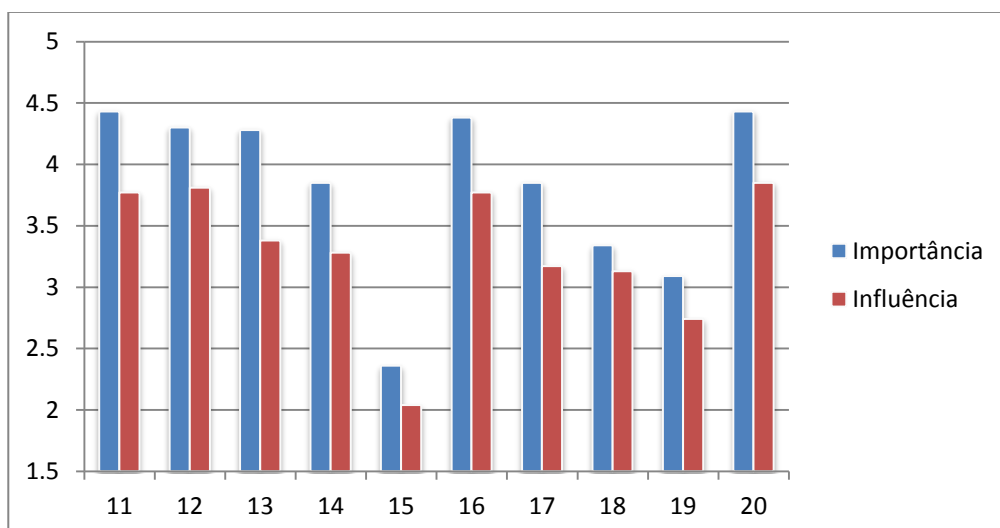
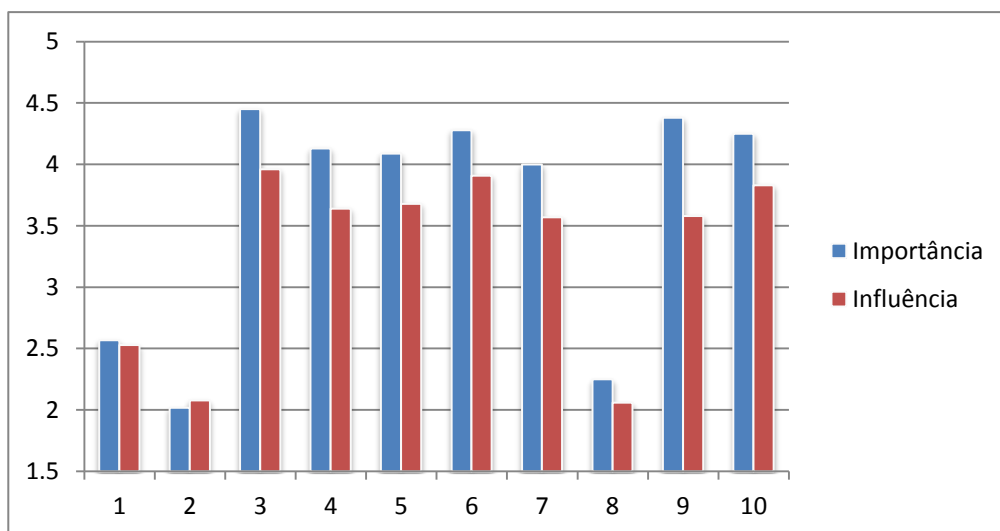
Agora voltando o foco para os atributos que tiveram as melhores pontuações de importância, muitos deles tiveram uma média consideravelmente alta - que chegou a

ultrapassar os 4 pontos. Um dos destaques foi o atributo 3 (possuir um excelente domínio linguístico, ou seja, ter um amplo vocabulário que possibilite se expressar do modo mais compreensível possível aos interlocutores e/ou ouvintes), o qual teve altas médias de importância (4.45) e influência (3.96). A alta pontuação dada a questões "técnicas", como aquelas abordadas pelos atributos 3 e 20 (possuir um excelente domínio linguístico escrito, ou seja, ter um amplo vocabulário que possibilite se expressar do modo mais compreensível possível aos interlocutores ou ouvintes) - o qual teve a sexta maior média de importância (4.43) e a quinta maior média de influência (3.85) - demonstra um favorecimento aos atributos que oferecem uma base importante para o desenvolvimento de todos os demais atributos listados.

Outro atributo digno de comentário - na segunda posição da lista de importância e em primeiro na lista de influência - é o atributo 22 (possuir a capacidade de trabalhar em equipe, seja no papel de liderança, subordinação ou igualdade entre os membros). Tal capacidade foi julgada como extremamente importante por parte dos respondentes, muitos dos quais participaram em diversos trabalhos em grupo ao longo da graduação - método que favorece o desenvolvimento do atributo em questão. A tabela de influência, neste caso, surge como um forte indício que corrobora a hipótese sugerida na frase anterior. A média de influência do atributo 22 (4.08) é consideravelmente maior do que a média geral de influência (3.37) e indica uma sincronia entre a importância dada pelos estudantes e aquilo que é oferecido pelo curso de graduação.

Seguindo a análise de correlação entre a importância dada pelos respondentes e a influência por parte da graduação, fica evidente que a graduação tem feito um bom trabalho em desenvolver aqueles atributos julgados como importantes. Nos gráficos abaixo, se encontram os dados que comparam as médias dos atributos de acordo com os dois parâmetros elencados (importância e influência).

Quadro 2 - Comparação entre Importância e Influência

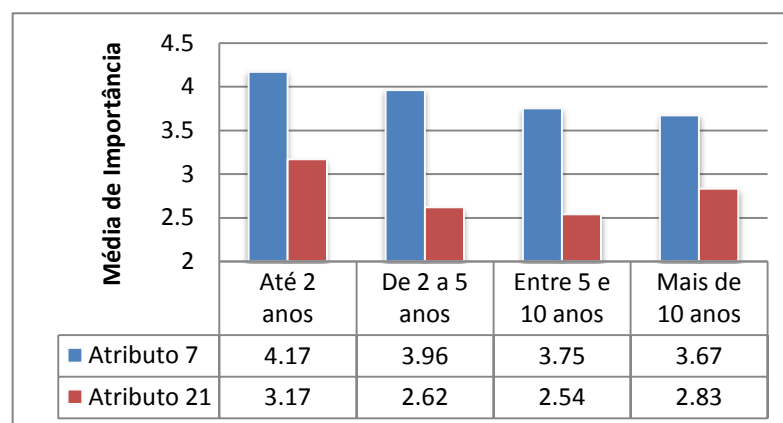


Fonte: Dados da Pesquisa

Poucos atributos estudados têm uma distância grande entre o grau de importância e o grau de influência - sendo o mais evidente deles o caso do atributo 26 (ser capaz de se manter tranquilo em situações de pressão). Primeiro lugar no ranqueamento de importância (média 4.57), ele é apenas o décimo nono no ranqueamento de influência (média 3.40) - totalizando uma diferença de 1.17. Outro atributo, relativamente parecido ao mencionado anteriormente, também possui uma discrepância entre as médias. O atributo 9 (possuir a capacidade de controlar as próprias emoções em momentos adversos de uma discussão) apresenta uma média de importância de 4.38, enquanto sua média de influência reside em 3.58 - totalizando uma diferença de 0.8. Ambos os atributos expõem uma possível lacuna de "ensino" na graduação, afinal, ensinar a manter a tranquilidade é algo abstrato e complexo de se fazer. Na maioria das vezes, este é um aprendizado pessoal que não é fácil de ser padronizado - diferente de grande parte dos conteúdos abordados durante a graduação.

Agora partindo para uma análise que tem como ponto de partida determinado aspecto do perfil do respondente, é pertinente expor os resultados encontrados nas respostas dos atributos 7 (ser capaz de se manter fiel à ética pessoal mesmo em situações em que essa fidelidade será prejudicial para si mesmo e/ou para a organização) e 21 (ser capaz de se manter fiel à ética organizacional mesmo que ela seja contrária ou diferente da ética pessoal (se manter fiel àquilo que a empresa como um todo entende como correto e/ou verdade)). Durante o questionário, tais atributos foram colocados distantes um do outro justamente para que o respondente não pudesse compará-los, de modo que a presente análise não sofresse influência. Neste caso, a parte do perfil do respondente focada é o tempo de trabalho em uma organização.

Figura 4 - Comparação entre os Atributos 7 e 21

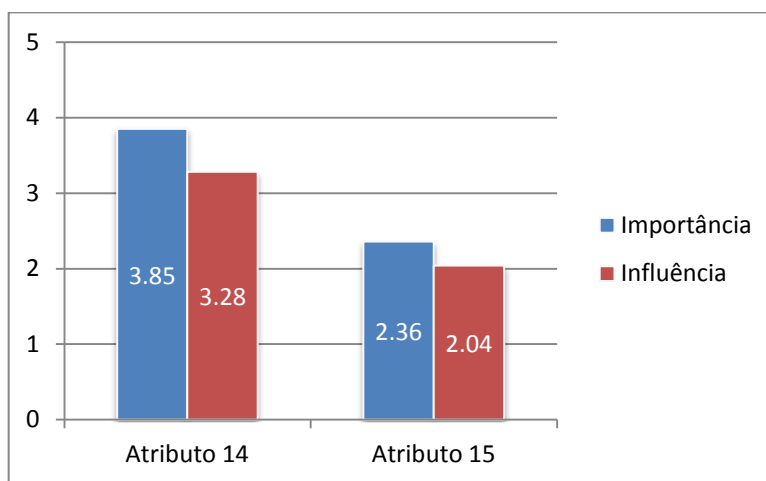


Fonte: Dados da Pesquisa

Com base no gráfico ilustrado anteriormente, fica evidente que a "questão ética" progressivamente perde sua importância ao longo da carreira profissional. Ainda mais interessante, é o crescimento do favorecimento da ética organizacional observada naqueles que possuem mais de 10 anos de emprego. Tais dados podem sinalizar que, após certas experiências práticas, o respondente "perdeu" a inocência e passou a crer menos em uma ética pessoal - sendo ela aos poucos substituída pela ética organizacional.

Outro bom exemplo fornecido pela pesquisa quando comparados dois atributos é aquele exposto pela comparação entre os atributos 14 (ter a capacidade de identificar e expor inconsistências e/ou contradições no discurso do interlocutor) e 15 (ter a capacidade de identificar e expor fraquezas na "pessoa" do interlocutor (em sua imagem, naquilo que ele é ou demonstra ser)). Desta vez, no entanto, não será isolado um aspecto do perfil do respondente, mas será tomada como forma de comparação a média geral de importância e influência.

Figura 5 - Comparação entre os Atributos 14 e 15



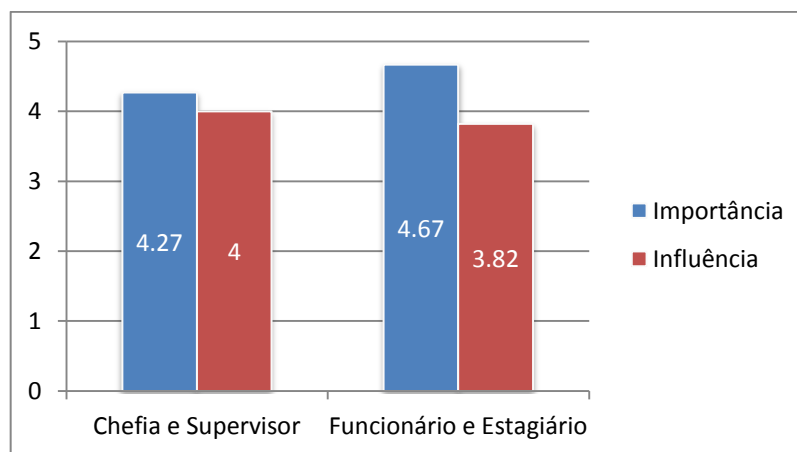
Fonte: Dados da Pesquisa

O gráfico demonstra, de forma discrepante, uma maior importância e influência dada pelos respondentes ao atributo 14. Tal resultado sinaliza que é mais relevante ao locutor conduzir um discurso coerente do que propriamente possuir uma "imagem" confiável. Ou seja, trazendo para uma das categorizações sugeridas, neste caso o *logos* seria mais impactante do que o *ethos*. Tendo um discurso decisivo e sem falhas, os questionamentos e tentativas de exposições de inconsistências por parte do interlocutor serão mitigados ou ignorados por parte dos ouvintes e/ou outros interlocutores. Enquanto, por outro lado, a manutenção de uma boa imagem não deixa de ser importante, mas, de acordo com os

resultados da pesquisa, a exposição de fraquezas neste sentido trará poucos resultados ao locutor.

Retornando ao método de isolar determinado aspecto do perfil do respondente, foi observado algo interessante no atributo 28 (ter a capacidade de expor ideias complexas de forma simples a interlocutores e/ou ouvintes que possuem menos conhecimento sobre o assunto em questão) quando correlacionado com o cargo ocupado.

Figura 5 - Comparação Atributo 28

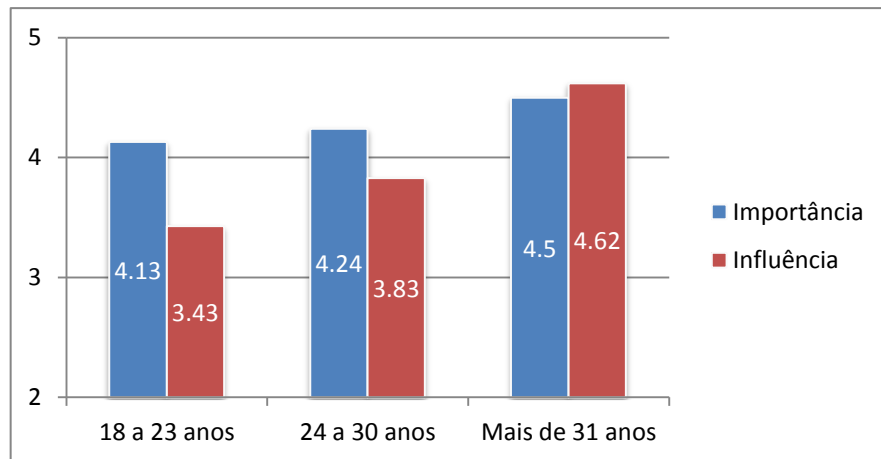


Fonte: Dados da Pesquisa

Ilustrado o gráfico, era de se esperar que aqueles que ocupam cargos mais altos - e, assim, geralmente possuem mais conhecimento sobre determinado assunto - dessem mais importância à habilidade de expor ideias complexas de forma simples. Os dados da pesquisa, no entanto, apontam que os próprios funcionários e estagiários valorizam mais essa capacidade, possivelmente sinalizando que essa é uma habilidade que os respondentes gostariam de ver em seus colegas de trabalho.

Outro atributo que apresentou resultados que merecem um destaque foi o atributo 10 (ser capaz de manter uma "boa imagem" que permita a transmissão de uma sensação de confiança e respeito). Neste caso, a parte do perfil do respondente isolada foi a faixa etária. Observação: as faixas etárias superiores aos 31 anos foram aglutinadas em apenas um parâmetro, pois poucos respondentes se encaixaram em outros parâmetros oferecidos pela pesquisa (2 respondentes com idade entre 41 e 54 anos; e 0 respondentes com idade superior a 54 anos).

Figura 6 - Comparação Atributo 10



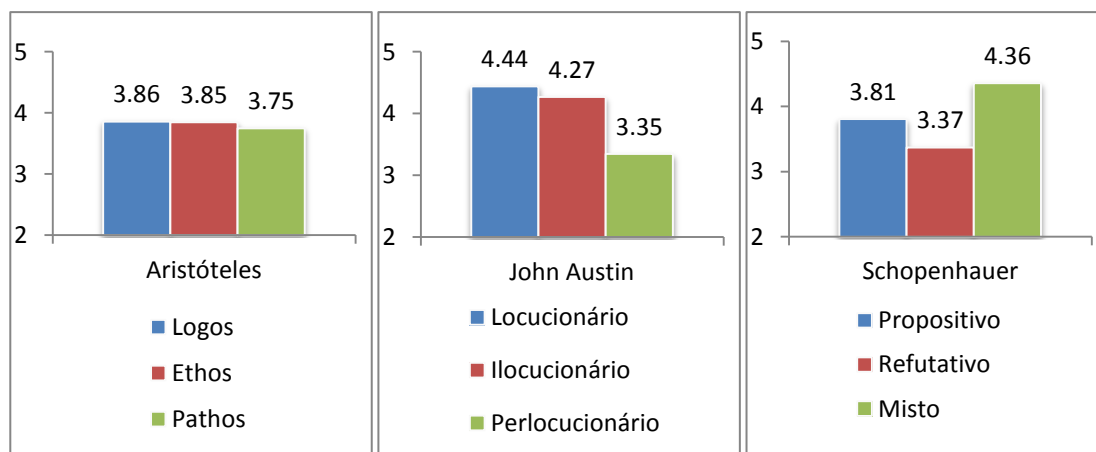
Fonte: Dados da Pesquisa

Ilustrado através do gráfico, fica evidente o fato de que os respondentes, à medida que trilham seu caminho profissional, passam dar maior importância à "imagem" que possuem como uma forma de transmitir confiança. É complicado apontar qual é a exata fonte que causou tal resultado, porém a experiência prática certamente tem um efeito direto - seja no entendimento de que uma "boa imagem" pode valer tanto quanto um trabalho bem feito ou no fato de que, com o passar dos anos, passa-se a dar mais importância a essa questão da "aparência" e formalidade.

6.3 CATEGORIAS COM BASE EM ARISTÓTELES, AUSTIN E SCHOPENHAUER

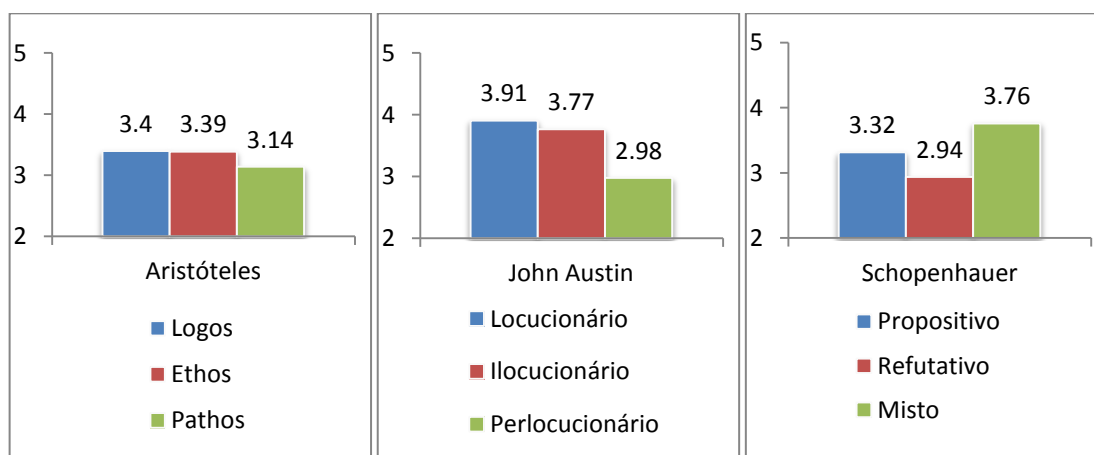
Tendo como base os dados expostos anteriormente, é possível analisá-los em relação ao material teórico que estruturou este trabalho. Neste caso, a análise terá como ponto de partida a categorização proposta anteriormente. Para facilitar a análise e tornar a observação dos dados mais intuitiva, seguirá uma tabela que lista o ranqueamento em relação às categorias. A pontuação foi elaborada da seguinte maneira: a média de cada atributo da mesma categoria foi somada; subsequentemente, o resultado foi dividido pelo número de atributos pertencente à respectiva categoria; chegando, assim a uma média de cada categoria.

Quadro 3 - Médias de Importância das Categorizações



Fonte: Dados da Pesquisa

Quadro 4 - Médias de Influência das Categorizações



Fonte: Dados da Pesquisa

A seguir, serão elencadas algumas correlações que foram julgadas interessantes ou discrepantes.

Assim como exposto anteriormente, há uma forte correlação entre a importância dada pelos respondentes a determinada categoria e a influência por parte da graduação. As diferenças encontradas entre os dois parâmetros foram as seguintes: *logos* (0.46); *ethos* (0.46); *pathos* (0,61); ato locucionário (0.53); ilocucionário (0.50); perlocucionário (0.37); estratégias propositivos (0.49); refutativos (0.43); e mistos (0.60). Tendo uma média geral de diferença de 0.49, nenhuma categoria apresentou resultados fora do padrão neste sentido. Tais dados apontam, como já ilustrado, que a graduação está em sincronia com a importância dos atributos - até mesmo quando eles estão categorizados da forma elaborada por este trabalho.

Feito o apanhado geral, é essencial começar pelas categorias que tiveram maior discrepância - sejam elas positivas ou negativas. Neste caso, serão ilustradas primeiramente as categorias que tiveram resultados positivos e muito acima da média geral.

Inicialmente, será ilustrada a situação dos atos locucionários. Tais atos dizem respeito à dimensão linguística propriamente dita, ou seja, nesta categoria estão posicionados apenas os atributos que abrangem somente questões "técnicas" da linguagem. Escrever (atributo 20) e falar (atributo 3) corretamente e com propriedade são essenciais para uma boa comunicação e servem de base para o exercício da retórica em si, fato que proporcionou uma alta importância aos atributos que compõem esta categoria. Da mesma maneira, a graduação teve uma alta pontuação de influência nos atributos que fazem parte da categoria, visto que a fala e a escrita são os dois meios pelos quais os estudantes podem expressar seus conhecimentos - através de apresentações e discussões, e provas e trabalhos escritos, respectivamente.

Seguindo nas categorias que tiveram resultados positivos, temos outra pertencente àquelas que dizem respeito à teoria de John Austin. Os atributos que se encaixaram na categoria dos atos ilocucionários tiveram altas médias, com destaque para aqueles que tratam sobre a capacidade intelectual do locutor - ou sua habilidade de expressar sua capacidade intelectual. Exemplos neste sentido, são os atributos 4 (ser capaz de correlacionar diversos temas no mesmo contexto de conversa), 5 (ter a capacidade de criar ou recorrer a metáforas, analogias e exemplos como recursos explicativos daquilo que se pretende explicar) e 30 (ter a capacidade de construir uma linha de raciocínio baseada em argumentos lógicos).

Por último entre as categorias que se sobressaíram positivamente, estão os estratagemas mistos de Schopenhauer. Os atributos que fazem parte desta categoria oferecem ao seu "usuário" uma flexibilização, podendo ser utilizados tanto para o "ataque" - com a adaptação do estratagema de forma propositiva - quanto para a "defesa" - com o intuito de refutar os argumentos do interlocutor. É importante salientar aqui que certos atributos não representam exatamente os estratagemas propostos por Schopenhauer, mas são habilidades necessárias para a execução de determinado estratagema. Se fosse o caso de os estratagemas serem transmitidos diretamente para atributos, teríamos, na categorização de John Austin, apenas atos perlocucionários - já que muitos dos

estratagemas do autor polonês buscam justamente provocar reações e consequências no discurso do interlocutor e/ou na visão que os ouvintes têm.

Realizada a ilustração das categorias que se destacaram positivamente, agora parte-se à análise daquelas que tiveram um desempenho pior do que a média geral.

A primeira categoria que merece destaque é aquela que abarca os estratagemas refutativos. Os melhores exemplos de atributos que representam esta categoria são o 19 (ter a capacidade de refutar os argumentos do interlocutor (antes mesmo de provar seu próprio ponto de vista como verdadeiro)) e o 14 (ter a capacidade de identificar e expor inconsistências e/ou contradições no discurso do interlocutor). Tendo como base os resultados da pesquisa, pode-se concluir que os respondentes acreditam que é mais importante antes apresentar um argumento convincente e bem embasado do que propriamente refutar aquele proposto pelo interlocutor.

Por último nesta análise das categorias com base nos teóricos, estão os atos perlocucionários. E é justamente aqui que talvez esteja o principal resultado deste trabalho. Um atributo que define bem esta categoria é o 17 (possuir a capacidade de persuadir o interlocutor (fazer com que o interlocutor haja de acordo com a necessidade e/ou vontade do locutor)). Tal resultado negativo foi surpreendente, porém ele pode ser entendido de duas maneiras. Uma delas é: os atributos que se encaixam nesta categoria foram interpretados pelos respondentes como "ofensivos", já que a maioria deles representa ações e atitudes que exploram uma faceta não exatamente ética do discurso. Esta noção, assim, concluiria que os estratagemas de Schopenhauer, por exemplo, são inválidos, pois eles geralmente apelam a este lado mais "maldoso" do discurso. Essa maldade, no entanto, como já exposto na revisão teórica, é parte da discussão e parte também da atitude natural do ser humano. A inocência, ou talvez o fato de que os respondentes não quiseram admitir no questionário que esse lado "sujo" do discurso é importante, pode ter sido a causa da baixa pontuação dos atos perlocucionários. A outra explicação é uma que diz respeito a observações feitas pelo orientador deste trabalho, Ariston Azevêdo. O professor defendeu, ainda na concepção inicial do trabalho, que os alunos de administração da UFRGS não aprendem o que é retórica - e muito menos como usá-la - durante a graduação. Tal argumento foi comprovado com a pesquisa, pois sem uma influência por parte da graduação para mostrar a importância desses atributos que buscam gerar "efeitos e consequências" (sejam eles positivos ou negativos) no

interlocutor, eles foram julgados como pouco relevantes. Fica aqui então o questionamento: os alunos não veem importância nos atos perlocucionários justamente porque não compreendem exatamente a retórica; ou a elaboração dos atributos da forma como foi feita neste trabalho induziu o respondente a avaliar os atos perlocucionários de maneira negativa? E, caso a primeira alternativa seja a correta, um cenário preocupante se forma. Afinal, Azevêdo e De Stefani (2014) definem a prática discursiva de um administrador como sendo predominantemente perlocucionária. Sem o exercício desta habilidade, ou ao menos a noção da existência desta parte teórica, o quão realmente capacitado está o aluno em administração da UFRGS para o exercício de sua profissão?

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Primeiramente nesta fase final do trabalho, vale destacar que a pesquisa aqui elaborada foi realizada de forma exploratória, sem o objetivo de gerar conclusões concretas sobre o assunto, mas de apenas expor uma possível lacuna na graduação em administração da UFRGS. Dessa forma, abre-se o espaço para a realização de futuras pesquisas sobre o tema, seja com um público diferente daquele que formou o perfil de respondentes do questionário, ou com a análise de outras questões que também podem ser pertinentes e relevantes neste tema da retórica. Afinal, ela possui diversas interpretações e pontos de vista, os quais podem influenciar os resultados de acordo com a visão do autor ou da base teórica por ele utilizada.

Um ponto que ficou claro e que merece total esclarecimento é o fato de que a retórica, como vista pelos respondentes, não permite a disseminação irrestrita de "táticas antiéticas de persuasão", como aquelas descritas por Schopenhauer. Assim, reforça-se aqui o questionamento trazido ao final da análise dos resultados da pesquisa: o quão sinceros serão os respondentes de uma pesquisa que abrange questões antiéticas? Afinal, a retórica, conforme exposto por este trabalho, não é somente aquela descrita por Aristóteles - o qual defendeu o uso da retórica para se buscar a verdade, e que a prática dela deveria ser desenvolvida por "homens de bem". O "outro lado" da retórica, como analisado por Schopenhauer, é possivelmente aquele que merece mais atenção, pois é justamente essa faceta "maldosa" do discurso que se mantém incerta em relação à sua real importância e relevância no contexto administrativo e estudantil. Para que respostas verdadeiramente sinceras sejam alcançadas, sugere-se aqui que no futuro sejam realizadas entrevistas mais pessoais em contraponto à pesquisa geral que foi conduzida neste trabalho. "Olhando no olho" do respondente, será possível analisar e descobrir nuances que apenas os números são incapazes de fornecer. Neste sentido, vale salientar que o momento de realização deste trabalho envolveu um evento sem precedentes - a pandemia de Coronavírus -, e que as circunstâncias atuais desfavoreceram este contato mais próximo do público respondente. É possível que em circunstâncias "normais" os resultados e até mesmo todo o modo como a pesquisa foi realizada tivesse sido diferente.

Por fim, espera-se que este trabalho possa se juntar a outros que abordaram o tema no passado e, assim, continue a instigar a investigação de uma capacidade que está esquecida no curso de graduação em administração da UFRGS. Afinal, a habilidade retórica merece

uma maior importância em relação àquela que ela recebe atualmente. Embora muitos dos atributos que compõem a retórica - como elencados durante o trabalho - sejam devidamente desenvolvidos por parte da graduação, a parte da persuasão e a "arte de ter razão" não recebem igual importância quando comparados a questões mais técnicas que envolvem o uso da lógica em busca da verdade.

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.

ALCADIPANI, Rafael; BRESLER, Ricardo. **McDonaldização do Ensino**. São Paulo: Carta Capital, 2000.

AUSTIN, John Langshaw. **How To Do Things With Words**. Cambridge: Harvard University Press, 1962.

AZEVEDO, Ariston; DE STEFANI, Dorival. A Linguagem Gerencial Analisada À Luz Da Teoria Dos Atos De Fala De J. L. Austin: Estudo Do Pensamento De Peter Drucker. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, 2014.

BERNDT, Alexander; NAGELSCHMIDT, Anna Mathilde P.C.. Atributos do Administrador Recém-Formando: Um Estudo de Caso. **Revista de Administração**, v. 30, n. 3, p. 91-97, 1995.

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração**. Resolução n. 4 de 13/07/2005. Brasília, DF, 2005.

CARVALHO, Maytê. A Arte da Persuasão com Ênfase em Negociação. **ESPM**, 2020. Disponível em: https://www.espm.br/educacao_continuada/a-arte-da-persuasao-com-enfase-em-negociacao/. Acesso em: 21 de abr. de 2021.

FLORES, Teresa Mendes. **Agir com Palavras: A Teoria dos Actos de Linguagem de John Austin**. Leiria: IPL, 1994.

FRANCESCHINI, Sheila Regiane; FARIA, Luciana Carolina Fernandes de. As Redes Sociais E O Triunfo De Schopenhauer. **Colloquium Socialis**, v. 03, n. 3, p. 23-34 jul/set 2019.

GENTIL, Gabriel Caon. **A Interação de Sistemas Adhocrático e Burocrático Mediante a Perspectiva Retórica.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

GOBRY, Ivan. **Vocabulário grego da filosofia.** São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.

LIMA, Marcos Aurélio de. **A Retórica em Aristóteles** - da orientação das paixões ao aprimoramento da eupraxia. Natal: Editora IFRN, 2011.

MOSCA, Lineide do Lago Salvador. **Retóricas de Ontem e de Hoje.** São Paulo: Humanitas, 2004.

MOTTA, Fernando Cláudio Prestes. A Questão da Formação do Administrador. **Revista de Administração de Empresas**, 1983.

PEDROSO, Michael Peterson Olano Morganti. **O Conhecimento enquanto Afirmação da Vontade de Vida:** Um estudo acerca da dialética erística de Arthur Schopenhauer. Dissertação de Mestrado Acadêmico (Pós-Graduação em Filosofia) - Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

RAE-ELETRÔNICA. TORRES JUNIOR, Alvaír Silveira. Retórica Organizacional: Lógica, Emoção e Ética no Processo de Gestão. São Paulo: **Fundação Getúlio Vargas - Escola de Administração de Empresas de São Paulo**, 2002. ISSN 1676-5648 versão *online*. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482002000200013&lng=pt&tlng=PT. Acesso em 22 set. 2020.

ROHDEN, Luiz. O Poder da Linguagem A Arte Retórica de Aristóteles. **Síntese Nova Fase**, v. 22, n 71, p. 513-522, 1995.

SAES, Sílvia Faustino de Assis. A Arte de ter razão. **Revista Voluntás:** Estudos sobre Schopenhauer, v. 6, n 2, 2015.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Como Vencer um Debate sem Precisar Ter Razão** em 38 Estratagemas (Dialética Erística). Rio de Janeiro: Topbooks, 2003.

SCHOPENHAUER, Arthur. **A Arte de Escrever**. Porto Alegre: L&PM Editores, 2005.

SCHOPENHAUER, Arthur. **A Arte de ter razão**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

SILVA, Christiani Margareth de Menezes e. O Conceito de Doxa (Opinião) em Aristóteles. **Linda D'Água**, v. 29, n 2, p. 43-67, 2016.

SOUSA, Diego. 62% dos brasileiros não sabem reconhecer fake news, diz pesquisa. **Canaltech**, 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/seguranca/brasileiros-nao-sabem-reconhecer-fake-news-diz-pesquisa-160415/>. Acesso em 14 de out. de 2020.

SOUZA FILHO, Danilo Marcondes de. A Teoria dos Atos de Fala como concepção pragmática de linguagem. **Filosofia UNISINOS**, v. 7, n 3, p. 217-230, set/dez 2006.

TOMS, Ollie. Disco Elysium skills & character creation: Intellect, Psyche, Physique, Motorics, and the 24 skills explained. **Rockpapershotgun**, 2019. Disponível em: <https://www.rockpapershotgun.com/2019/10/14/disco-elysium-skills-character-creation-intellect-psyche-physique-motorics-and-the-24-skills-explained/>. Acesso em: 23 de jun. de 2020.

WASHINGTON UNIVERSITY JURISPRUDENCE REVIEW. MCCORMACK, Krista C. Ethos, Pathos, And Logos: The Benefits Of Aristotelian Rhetoric In The Courtroom. **7 Wash. U. Jur. Rev. 131**, v. 7, n 1, 2014. Disponível em: https://openscholarship.wustl.edu/law_jurisprudence/vol7/iss1/9/. Acesso em: 25 de set. de 2020.

ANEXO I - QUESTIONÁRIO UTILIZADO NA PESQUISA

1 Perfil do Respondente

1.1 Sexo

- Masculino
- Feminino
- Outro

1.2 Faixa etária

- Até 18 anos
- Entre 18 e 23 anos
- Entre 24 e 30 anos
- Entre 31 e 40 anos
- Entre 41 e 54 anos
- Acima de 55 anos

1.3 Estado Civil

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)
- Outro

1.4 Renda mensal

- De 01 a 03 salários mínimos
- De 04 a 07 salários mínimos
- De 08 a 14 salários mínimos
- De 15 a 20 salários mínimos
- Mais de 20 salários mínimos

1.5 Escolaridade (considere apenas a sua formação na Administração da UFRGS (desconsidere a graduação/pós em outros cursos).

- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo
- Pós-graduação incompleta
- Pós-graduação completa

1.6 Tempo de Vida Profissional

- Nunca trabalhei
- Até 2 anos
- De 2 a 5 anos
- De 5 a 10 anos
- Mais de 10 anos

1.7 Porte da Empresa

- Microempreendedor individual (Faturamento anual até R\$ 81 mil)
- Microempresa (Faturamento anual até R\$ 360 mil)
- Empresa de pequeno porte (Faturamento anual entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões)
- Empresa de médio porte (Faturamento anual entre R\$ 4,8 milhões e R\$ 300 milhões)
- Empresa de grande porte (Faturamento anual maior que R\$ 300 milhões)
- Não se aplica

1.8 Nível Hierárquico Ocupado

- Dono
- Diretor
- Chefia
- Supervisor
- Funcionário
- Estagiário
- Empresa júnior
- Outro
- Não se aplica

1.9 Área da Organização

- Administrativa
- Financeira
- RH
- Comercial
- Operacional/Produção
- Não se aplica

1.10 Além das aulas e trabalhos na graduação, selecione quais outros meios você utiliza para se instruir a respeito da prática administrativa.

- Livros acadêmicos
- Biografias
- Revistas administrativas
- Experiência prática
- Vídeos/Podcasts

2. A Retórica

Nesta seção, selecione, de acordo com cada um dos 30 atributos elencados: o grau de IMPORTÂNCIA do atributo em relação à prática administrativa; e o grau de INFLUÊNCIA da graduação em relação ao desenvolvimento do mesmo atributo. Considere 1 como pouco importante/pouca influência e 5 como muito importante/muita influência. Vale ressaltar que todos os atributos se referem ao exercício da prática administrativa nos mais diversos contextos de atuação profissional, como em uma reunião formal, uma conversa com colegas de trabalho, fornecedores ou clientes...

2.1 Ter a capacidade de distorcer os argumentos do interlocutor frente aos ouvintes e/ou outros interlocutores.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.2 Ter a capacidade de usar premissas falsas para comprovar uma conclusão verdadeira (os fins justificam os meios).

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.3 Possuir um excelente domínio linguístico, ou seja, ter um amplo vocabulário que possibilite se expressar do modo mais compreensível possível aos interlocutores e/ou ouvintes.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.4 Ser capaz de correlacionar diversos temas no mesmo contexto de conversa.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.5 Ter a capacidade de criar ou recorrer a metáforas, analogias e exemplos como recursos explicativos daquilo que se pretender explicar.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.6 Possuir a capacidade tanto para entender quanto para expor duas ou mais perspectivas sobre determinado tema, assunto ou situação.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.7 Ser capaz de se manter fiel à ética pessoal mesmo em situações em que essa fidelidade será prejudicial para si mesmo e/ou para a organização.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.8 Ter a capacidade de manipular as emoções do interlocutor de modo a distraí-lo, confundi-lo ou até irritá-lo.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.9 Possuir a capacidade de controlar as próprias emoções em momentos adversos de uma discussão.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.10 Ser capaz de manter uma "boa imagem" que permita a transmissão de uma sensação de confiança e respeito.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.11 Ter a capacidade de argumentação oral através da imposição vocal, ou seja, se expressar com firmeza e demonstrar conhecimento sobre o assunto abordado.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.12 Ter a capacidade de argumentação oral através da adaptação vocal, ou seja, ser capaz de adaptar o discurso de acordo com os diferentes contextos da profissão.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.13 Possuir a capacidade de enxergar e prever conexões de causa e efeito em um discurso, seja naquele conduzido pelo locutor ou naquele feito pelo interlocutor.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.14 Ter a capacidade de identificar e expor inconsistências e/ou contradições no discurso do interlocutor.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.15 Ter a capacidade de identificar e expor fraquezas na "pessoa" do interlocutor (em sua imagem, naquilo que ele é ou demonstra ser).

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.16 Possuir a capacidade de identificar se foi compreendido por parte do interlocutor e/ou ouvintes, seja através da realização de perguntas ou através da abertura a réplicas.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.17 Possuir a capacidade de persuadir o interlocutor (fazer com que o interlocutor haja de acordo com a necessidade e/ou vontade do locutor).

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.18 Ter a capacidade de fazer com que o ponto de vista defendido prevaleça, ainda que os argumentos não convençam completamente o interlocutor;

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.19 Ter a capacidade de refutar os argumentos do interlocutor (antes mesmo de provar seu próprio ponto de vista como verdadeiro).

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.20 Possuir um excelente domínio linguístico escrito, ou seja, ter um amplo vocabulário que possibilite se expressar do modo mais compreensível possível aos interlocutores e/ou ouvintes.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.21 Ser capaz de se manter fiel à ética organizacional mesmo que ela seja contrária ou diferente da ética pessoal (se manter fiel àquilo que a empresa como um todo entende como correto e/ou verdade).

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.22 Possuir a capacidade de trabalhar em equipe, seja no papel de liderança, subordinação ou igualdade entre os membros.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.23 Ter a capacidade de compreender os motivos e motivações que levaram aos argumentos do interlocutor (se colocar no lugar do interlocutor).

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.24 Ter a capacidade de entender os objetivos finais do discurso do interlocutor.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.25 Ser capaz de demonstrar empatia pelos argumentos do interlocutor, ainda que pense de modo diferente, de modo a manter uma imagem positiva frente a outros interlocutores e/ou ouvintes.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.26 Ser capaz de se manter tranquilo em situações de pressão.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.27 Ser capaz de cativar o interlocutor e/ou ouvintes (se fazer ser ouvido).

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.28 Ter a capacidade de expor ideias complexas de forma simples a interlocutores e/ou ouvintes que possuem menos conhecimento sobre o assunto em questão.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.29 Possuir a capacidade de impressionar os ouvintes e assim distraí-los de uma inconsistência no próprio discurso.

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()

2.30 Ter a capacidade de construir uma linha de raciocínio baseada em argumentos lógicos (ou argumentos que aparentam ser lógicos para o interlocutor e/ou ouvintes).

1 2 3 4 5

Importância () () () () ()

Influência () () () () ()