



**FALA,
DOUTOR!**

Técnicas de Oratória para advogados

Cleber Romero



Técnicas de Oratória para advogados





O AUTOR responsabiliza-se inteiramente pela originalidade e integridade do conteúdo da sua OBRA, bem como isenta a EDITORA de qualquer obrigação judicial decorrente da violação de direitos autorais ou direitos de imagem contidos na OBRA, que declara, sob as penas da Lei, ser de sua única e exclusiva autoria.

FALA, DOUTOR!

Técnicas de oratória para advogados

Copyright © 2011

Todos os direitos são reservados, no Brasil por:

Cleber Romero

PoD Editora

Rua do Catete, 90 / 202 • Catete – Rio de Janeiro
Tel. 21 2236-0844 • atendimento@podeditora.com.br
Faça seu pedido pelo site: www.podeditora.com.br

Capa e Diagramação:

Control C – Impressos sob Demanda

Impressão e Acabamento:

Control C – Impressos sob Demanda

Nenhuma parte desta publicação pode ser utilizada ou reproduzida em qualquer meio ou forma, seja mecânico, fotocópia, gravação, nem apropriada ou estocada em banco de dados sem a expressa autorização do autor.

Ficha Catalográfica

R672f

Romero, Cleber

Fala, doutor! : técnicas de oratória para advogados / Cleber Romero. –
Rio de Janeiro : PoD, 2011.

ISBN 978-85-62331-66-4

1. Fala em público. 2. Oratória forense. 3. Retórica. 4. Direito - Linguagem. I. Título.

11-4674.

CDD: 808.51

CDU: 808.51

27.07.11 01.08.11

028374

*“Não é tanto o que você diz, mas a maneira como diz.
Não é tanto a linguagem que você usa, mas o tom que
utiliza para se comunicar”*

Autoria desconhecida

SUMÁRIO

A arte de falar bem	9
Verdade absoluta	11
Vestuário	13

Preparação

Conhecendo o público-alvo	17
Definindo o tema: o brainstorming	19
Elaborando o conteúdo	22
Cronometrando a apresentação	24
Recursos audiovisuais	25
Conhecendo o local	27
Ensaios	29
Vocabulário	31

Postura

Postura formal	33
Postura informal	34
Deve X não deve	35
Palestra em pé no palco	38
Palestra em pé no púlpito	39
Palestra sentado	40
Tipos de microfone	42

Recursos pessoais

Voz	47
-----------	----

Gestos	48
Expressões faciais	49
Expressões corporais	50
Introdução da palestra	51
Encerramento da palestra	53
Elaborando uma FAQ	55
Relaxamento	57
Exercícios para a voz	59
Considerações finais	61

A ARTE DE FALAR BEM

Falar bem pode ser considerado uma arte? Certamente que sim. Para os iniciantes, falar em público - na maioria das vezes - representa uma verdadeira tortura, um momento que se adia o máximo possível, e quando se está no palco a torcida é grande para que o relógio corra mais rápido. Quem já apresentou algum trabalho na faculdade sabe do que eu estou falando. Surge um frio inexplicável na barriga, e tem-se a impressão de que todos os olhares estão voltados apenas para os defeitos. Parece que todo o conteúdo dito é em vão; a platéia está ali para crucificar o orador, testar seus conhecimentos e desafiar o seu poder de auto-controle. Mas não é bem assim que acontece...

Quando você assiste a uma palestra, qual é o seu real objetivo? Achar defeitos no palestrante ou absorver seu conteúdo? Coloque-se no lugar dele: será realmente que quando VOCÊ estiver em cima do palco será diferente? Você acha realmente que as pessoas da platéia estarão olhando para você apenas para achar defeitos? É óbvio que não. Quando um palestrante está no palco, muitas vezes no púlpito, ele certamente tem algo a dizer. E a platéia quer OUVIR o que vai ser dito. As pessoas estão dispostas a absorver o conteúdo - podendo aceitar ou discordar de alguns pontos.

Mas apenas o "falar" não é suficiente para se transmitir a mensagem...

É necessário FALAR BEM. Expressões faciais, gestos, variações na entonação da voz, desenvoltura e – acredite – vestuário fazem toda a diferença no momento da apresentação. É perceptível a diferença entre um palestrante que utiliza as técnicas de Oratória e um que não as utiliza. Quantas vezes assistimos a um seminário com vários palestrantes, e ao final dizemos que fulano é mil vezes melhor que beltrano? Por que um é tão melhor do que o outro? Seria o assunto abordado? O horário escolhido para a palestra (um mais cedo e outro mais tarde)? Com certeza afirmo que NÃO! A diferença está nas técnicas utilizadas por um, e negligenciadas por outro.

Falar bem é necessário não apenas no ambiente empresarial. Uma pessoa que domina as técnicas de Oratória passa a se expressar melhor até mesmo com a família e com os amigos. Ela passa a ter mais portas abertas, por saber expressar o que quer de forma correta e sem embaraços. Quando praticamos a boa Oratória, nossa vida muda – para melhor!!!

O objetivo desta obra é esclarecer, de forma rápida e prática, alguns pontos que mais preocupam o advogado "palestrante de primeira viagem". Falar bem no âmbito do Direito é imprescindível, e o advogado que domina as técnicas de Oratória está sempre um passo à frente de seus colegas de profissão.

Espero poder contribuir, de alguma forma, com a formação dos profissionais da advocacia, um segmento de mercado cada vez mais competitivo e exigente.

VERDADE ABSOLUTA

A arte da Oratória é diferente da Física ou da Matemática: não é uma ciência exata, onde resolvemos cada problema com uma fórmula pré-estabelecida. A vivência e o bom senso acabam sendo os melhores guias nesta jornada fascinante que é falar bem para a platéia interessada, ou seja, o público-alvo.

Para muitos especialistas, o dom de falar bem nasce com a pessoa; é uma característica inata, que não se aprende. E, nesse ponto, tenho como obrigação discordar.

Ser um bom orador independe de nascer desinibido, de ter ou não ter desenvoltura natural para encarar uma platéia num palco. Depende sim, de um estudo aprofundado das principais técnicas e – o principal – de muito treino. Ninguém perde o medo de falar em público de uma hora para outra; são necessárias inúmeras apresentações para que o advogado se sinta à vontade na hora de expressar seus pensamentos e suas opiniões sobre determinado assunto. É inevitável que, antes de uma palestra, passe pela cabeça de um profissional pensamentos como "na platéia sempre vai haver alguém que sabe mais do que eu". Ora, se uma pessoa sabe mais do que você, QUE BOM PARA ELA!!!; ela pode estar querendo aprimorar seus conhecimentos ou estar fazendo um mero *benchmarking* (o que aliás é saudável e perfeitamente aceitável do ponto de vista profissional). Não há motivos para que o advogado (ou o estagiário) se sinta desconfortável quanto a este aspecto. Mas... voltemos ao assunto principal do tópico.

Como dito antes, não há uma verdade absoluta sobre as regras que regem a arte de falar em público. Entre vários autores que já li e reli, certos tópicos que uns defendem com unhas e dentes, outros simplesmente abominam. Então, como escrever um livro atual, voltado para os profissionais do Direito, que seja adequado (de forma politicamente correta) aos moldes aceitos?

Para ser honesto com você, leitor, tenho que admitir que os tópicos aqui escritos são fruto de uma vivência particular, como consultor empresarial da área jurídica e como professor. A esta experiência, mescla-se a leitura de alguns autores (nem sempre concordantes entre si) e observações de outros profissionais da área. A todos estes, meu muito obrigado.

Minha mensagem para o leitor é a seguinte: não existe uma receita de bolo; o que está escrito neste livro serve apenas como uma referência, principalmente para o "palestrante de primeira viagem". Com tempo e experiência, o advogado esforçado irá criar seu próprio estilo e – quem sabe – escrever seu próprio livro...

VESTUÁRIO

Já diz o ditado: a primeira impressão é a que fica. Engana-se redondamente quem pensa que o importante em uma palestra é apenas o conteúdo apresentado. A imagem de um advogado que está em evidência num palco ou em uma sustentação oral diz muito sobre sua competência; é a representação de seu estilo sob a forma de um terno bem alinhado ou de um tailleur elegante.

Estar bem arrumado não significa necessariamente vestir roupas caríssimas. Significa estar elegante, vestir cores sóbrias e não apresentar excessos de acessórios. Seguem abaixo algumas dicas que, apesar de serem muito conhecidas da maioria, merecem ser citadas, afinal... o óbvio precisa ser dito!!!

HOMENS

- Evite cores berrantes. Um terno deve apresentar cores sóbrias, que passem seriedade ao público. Na dúvida sobre que cor usar, vale lembrar que um terno preto ou azul marinho é sempre bem vindo. O mesmo vale para as camisas: uma camisa social de cor branca nunca sai de moda. Se preferir ousar, escolha cores em tom pastel. Algumas boas opções são o azul-claro e o rosa-claro.

- Preste muita atenção à combinação terno/camisa/gravata. As cores destes três itens devem combinar entre si. Ao usar camisas listradas, dê preferência às gravatas lisas. E já que estamos falando de gravatas, JAMAIS use aquelas com temas infantis. Seria um detalhe que comprometeria completamente a apresentação. Parece óbvio, mas não são poucos os advogados que se apresentam num púlpito com uma gravata com a estampa do Mickey Mouse...
- Mantenha os sapatos sempre muito bem engraxados. Dizem que se conhece muito da pessoa pelos sapatos. Não deixa de ser verdade. Pode não parecer, mas este é um item do vestuário que costuma frequentemente ser alvo de observações.
- Evite anéis exageradamente chamativos.

MULHERES

- Em primeiro lugar, falemos do famoso "decote". Esqueça-o completamente caso for fazer uma apresentação. Eles acabam chamando mais a atenção do público do que o próprio conteúdo da palestra. E certamente não é esse o objetivo.

- Assim como os homens, dê preferência a cores mais sóbrias, menos berrantes. Tons pastéis são excelentes, além do preto.
- Cuidado com sapatos de salto muito alto. Além de causarem desconforto, podem causar desequilíbrios e até tombos. Saltos baixos e médios são mais recomendados.
- Se for possível, prenda o cabelo. É deselegante perante o público ficar ajeitando as mechas que teimosamente caem na frente dos olhos.
- Evite o excesso de jóias. Brincos exageradamente grandes também não são recomendados.
- Modere a maquiagem. Evite as cores fortes. Uma maquiagem bem feita é suave, discreta e praticamente imperceptível.

PREPARAÇÃO

CONHECENDO O PÚBLICO-ALVO

Um dos primeiros passos que se deve tomar antes da realização de uma palestra ou seminário é conhecer o perfil do público que irá assistir – o tão famoso público-alvo. Muitas pessoas pensam que obter esta informação não tem relevância alguma, já que o assunto a ser abordado é único e, por conta disso, o público é quem deve se adequar ao palestrante, e não o contrário. Ora, quem é frequentador assíduo de palestras, seminários e cursos sabe muito bem que quando o orador fala a linguagem adequada às pessoas que o estão assistindo, o rendimento do aprendizado é muito melhor; a mensagem passada é muito mais facilmente assimilada, pois o interlocutor está falando a mesma linguagem dos presentes.

Algumas informações são peças fundamentais para se preparar um conteúdo que atinja o alvo "na mosca". Elas devem estar bem claras antes de o palestrante preparar o seu discurso. Vamos a elas:

GRAU DE ESCOLARIDADE - de que adianta preparar um discurso sobre Direito Empresarial (digamos, mais especificamente sobre Títulos de Crédito) quando o público-alvo é composto por estagiários de primeiro período que nem sequer tiveram contato com a teoria na faculdade? A palestra pode, sim, tratar do tema Direito Empresarial, porém sua abordagem deverá ser mais genérica, mais

abrangente, dando aos estudantes uma visão geral deste ramo do Direito.

O mesmo se aplica a palestras voltadas ao público aberto, ou seja, pessoas das mais diversas áreas de atuação. Muitos dos presentes não irão captar a mensagem se a mesma estiver entremeada por termos jurídicos e específicos do Direito. Falar a linguagem do público é a palavra de ordem.

FAIXA ETÁRIA - Esta informação diz muito a respeito do comportamento da platéia. Pessoas mais jovens, geralmente, são mais receptivas a novidades, inovações e termos mais atuais. Já os de mais idade (via de regra) não abrem mão dos termos clássicos, e não são muito receptivos a assuntos controversos ou que ponham à prova alguma teoria já aceita como paradigma. A importância destas informações é grande para que não sejam causadas polêmicas durante a apresentação. Aliás, assuntos polêmicos devem ser evitados a qualquer custo.

REGIÃO GEOGRÁFICA DE ORIGEM - Diversidades regionais fazem muita diferença, principalmente em se falando de legislação e mercado. O que acontece na Região Sudeste do Brasil, por exemplo, nem sempre acontece na Região Nordeste, e vice-versa. Se for palestrar em outro Estado da Federação que não o seu de origem, procure entender bem os costumes, a economia, o mercado e as Leis do local.

DEFININDO O TEMA: BRAINSTORMING

Escolher um tema para uma palestra pode não ser uma tarefa tão simples. Muitas vezes, o assunto sugerido pela organização do evento é muito genérico, amplo, abrangente, e cabe ao palestrante deixá-lo mais específico, de forma que seja possível explorá-lo nos seus mais ricos detalhes. Mas então, como fazê-lo?

Definido o assunto a ser abordado, é hora de utilizar uma ferramenta muito útil: o *brainstorming*. Numa tradução livre, *brainstorming* pode ser traduzido como "tempestade de idéias". E realmente o é. Consiste em se tomar um assunto bem genérico e dissecá-lo de forma a atingir um ponto bem específico. Vamos dar um exemplo: suponha que um advogado da área trabalhista seja convidado para dar uma palestra sobre os aspectos legais da contratação de empregados. Temos de convir que diversos tópicos poderiam ser falados sobre este assunto. Por que não aprofundar um pouco mais a pesquisa? A primeira pergunta a ser feita é: o que se pode falar a respeito de "aspectos legais da contratação"? Iniciemos o *brainstorming*:

- ASPECTOS LEGAIS DA CONTRATAÇÃO

- Deveres do Contratante
- Contribuição Sindical
- CLT e Legislação Vigente
- Benefícios do contratado

Consideremos que o sub-tema escolhido foi "CLT e Legislação Vigente". Será que podemos desmembrá-lo ainda mais? Vejamos:

- ASPECTOS LEGAIS DA CONTRATAÇÃO

- CLT E A LEGISLAÇÃO VIGENTE

- Comentários sobre a Consolidação das Leis Trabalhistas

- Documentação exigida do contratante para fins contábeis e legais

- A Nova Lei do Estágio (Lei 11.788/08)

Mais uma vez vamos escolher um tópico específico. "A Nova Lei do Estágio (Lei 11.788/08)" foi o escolhido. Mas ainda está abrangente demais. Vamos tentar um quarto nível:

- ASPECTOS LEGAIS DA CONTRATAÇÃO

- CLT E A LEGISLAÇÃO VIGENTE

- A NOVA LEI DO ESTÁGIO (LEI 11.788/08)

- Comentários Sobre a Nova Lei do Estágio

- O Que Muda a Partir da Vigência da Nova Lei do Estágio

- Impactos da Nova Lei do Estágio na Economia

Agora, sim, podemos escolher um dos tópicos e dissertar sobre ele. No nosso exemplo, vamos supor que o advogado em questão tenha escolhido o tópico "O Que Muda a Partir da Vigência da Nova Lei do Estágio". A partir deste tema, é possível fazer uma pesquisa mais aprofundada, sobre um tópico extremamente específico. Isso faz com que a riqueza de detalhes seja maior e, principalmente, que se atinja a objetividade.

- ASPECTOS LEGAIS DA CONTRATAÇÃO

- CLT E A LEGISLAÇÃO VIGENTE

- A NOVA LEI DO ESTÁGIO (LEI 11.788/08)

- O QUE MUDA A PARTIR DA VIGÊNCIA DA NOVA LEI DO ESTÁGIO

Geralmente, utiliza-se de três a cinco níveis para o brainstorming, mas nada impede que este número seja maior. Isso varia conforme o assunto.

A prática constante do brainstorming habitua o advogado e o estudante a estarem constantemente fazendo questionamentos, aprimorando cada vez mais os conhecimentos jurídicos e as técnicas de oratória.

ELABORANDO O CONTEÚDO

Chegou a hora de escrever o conteúdo, ou seja, tudo aquilo que será dito para o público. Por mais que o advogado (ou o estagiário) domine o assunto, não se deve confiar apenas na memória. Nunca. Deve-se, sim, elaborar um material que servirá como um guia para a apresentação, com introdução, desenvolvimento e conclusão. Mas vale lembrar que este material não deverá ser lido durante a oratória – salvo exceções. Este guia deverá conter apenas os tópicos principais a serem abordados, seguindo uma ordem cronológica. Dependendo da situação e do local, este guia poderá ser elegantemente apresentado sob a forma de slides, mas vale lembrar que nem todos os locais de apresentação dispõem deste recurso. Portanto, as dicas principais são:

- dominar o assunto a ser abordado.
- escrever no roteiro somente o título dos tópicos, de forma que se possa discorrer sobre estes sem ter que se prender a textos memorizados – o famoso "decoreba". Isso soaria artificial para os ouvintes, ao mesmo tempo em que expõe o palestrante a gafes caso ele se esqueça de um simples detalhe durante a apresentação. Utilizando o exemplo do item anterior, vejamos a simulação para uma apresentação de aproximadamente quarenta minutos: