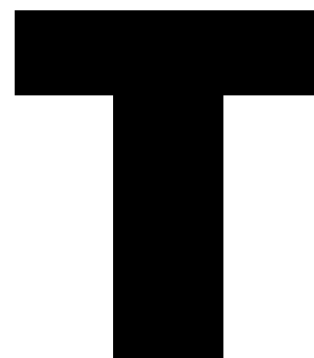
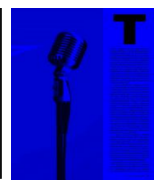


# ORADORES PARA TODOS OS PREÇOS

Barack Obama vem ao Porto e cobra centenas de milhares de euros por uma palestra. Em Portugal, o mercado é pequeno e informal, mas o segmento dos oradores motivacionais já gera negócio



CLARA TEIXEIRA\*



Tudo começou há cerca de um ano. Adrian Bridge, CEO da Fladgate Partnership, grupo que se dedica exclusivamente à produção e à comercialização de vinho do Porto, almoçava com Nuno Botelho, dono da empresa Essência do Vinho mas também presidente da Associação Comercial do Porto (ACP). Ambos estavam preocupados com o impacto das alterações climáticas na vinha. Adrian confessou que estava a pensar em realizar uma conferência sobre o assunto. Nuno Botelho respondeu que, por coincidência, a ACP também. Porque não unirem esforços?

Ao ser contactada, a Câmara do Porto (CMP) aderiu de imediato, as conversas sucederam-se e o conceito foi evoluindo para a procura de soluções para o desafio que se coloca ao setor do vinho. Quando chegou a altura de encontrar um “cabeça de cartaz” de impacto mundial, o nome de Barack Obama surgiu como “um sonho não possível”. Contudo, ninguém desistiu à primeira. Não sem antes desbloquearem contactos. O “cartão de apresentação” de Adrian Bridge, membro da norte-americana Advanced Leadership Foundation, uma associação que promove iniciativas de liderança, ajudou. Foi esta que acabou por estabelecer a ponte com a fundação do próprio ex-Presidente dos Estados Unidos da América. O seu líder, Juan Verde, também vai participar na conferência de sexta-feira, 6, no Porto.

O facto de haver alguém a liderar uma discussão deste tipo terá agradado a Obama. Porém, estar ligado a uma marca de vinho, ou a uma região em particular, nem tanto. Houve cederência: para que Obama viesse, alterou-se o foco da conferência para a procura de soluções a médio e a longo prazo para as alterações climáticas. E, em março do próximo ano, a mesma estrutura fará uma para o setor do vinho, com continuidade bianual.

Já quanto aos honorários do ex-Presidente, aí não houve margem para discussão. Era o indicado, ou não era. Ninguém confirma o montante do meio milhão de euros que circula,



## VIVER PARA CONTAR

Um velejador, um comediante, uma radialista e um alpinista relatam como as suas experiências de vida servem de inspiração para os outros



### RICARDO DINIZ

NAVEGADOR SOLITÁRIO

Começou por contar nas escolas dos filhos as suas aventuras solitárias no mar até que um dia o empreendedor Tiago Forjaz o convidou a "partir a loiça", numa iniciativa da Star Tracker, uma rede social de portugueses espalhados pelo mundo. E correu tão bem que demorou duas horas a sair do local. Todos queriam saber mais sobre a mensagem "de inspiração e de superação" que ele acabara de transmitir. A partir daí, entre viagens, entrou a sério no circuito das conferências, fazendo uso das suas experiências de desenvolvimento pessoal. Já fez a rota marítima Lisboa-Dakar, e rumou a Salvador da Bahia para homenagear a Seleção no Mundial de Futebol de 2014. Sempre só. "Não sou um teórico. Sei do que falo", disse à VISÃO.



### PEDRO TOCHAS

COMEDIANTE

De partida para os Estados Unidos da América, onde vai passar os próximos dois meses, a pretexto de participar numa grande convenção de oradores, este quase engenheiro químico, por formação, e artista de rua, por paixão, leva muito a sério a atividade de orador. "Faço formação na área. Não me limito a usar uns chavões tirados dos livros", atira. Afinal, por que razão uma gargalhada é assim tão importante nas grandes e sisudas empresas que o contratam? Pedro Tochas adapta a mensagem que as empresas querem passar de uma forma divertida, utilizando-a para motivar os trabalhadores e para ajudá-los a desenvolver capacidades de liderança e a ultrapassar dificuldades. Sempre a pensar no bem-estar de quem o ouve.

apenas que "o valor cobrado é justo e que o retorno será muito superior". Fladgate, ACP e CMP estão apostadas em liderar a discussão para a indústria do vinho a partir do Porto e assim procurar um efeito tipo Davos. "Quem é que conhecia Davos antes do Fórum Económico?", questionam.

Num mundo ávido de conhecimento, o circuito em que se movimentam os oradores de renome, como Barack Obama, o casal Clinton e alguns gurus da economia, é um negócio. Uma palestra de 50 minutos de um político, um economista ou um investigador reputado pode valer 200, 300 ou 400 milhares de euros de honorários, mais jato particular, alojamento em hotel de cinco estrelas e corpo de seguranças, caso o convite tenha partido de outra cidade ou país.

O mercado é dominado por empresas inglesas e norte-americanas, que fazem a representação e o agenciamento de oradores. Neste campeonato dos

"grandes", há pelo menos três nomes lusos em destaque. Na sua página de internet, a Thinking Heads, com apresentações em Miami e em Madrid, promove os políticos portugueses Durão Barroso e Paulo Portas, emparelhados com Al Gore, Felipe González, Richard Branson (fundador da Virgin) e Steve Wozniak (cofundador da Apple). Os antigos primeiro-ministro e vice-primeiro-ministro de Portugal serão os oradores lusos mais requisitados, a par de outro português que fez carreira nos EUA: o neurocientista António Damásio. Os honorários não são públicos, rondarão algumas dezenas de milhares de euros, mas a VISÃO sabe que Damásio já aceitou participar em conferências a título gratuito ou quase. Depende do prestígio, e também da finalidade, da entidade que o convida. Igualmente Paulo Portas e Durão Barroso terão o cuidado de selecionar os convites que recebem, cobrando à medida do bolso do anfitrião.

Outra grande agência sediada em Londres, a Speakers Corner, representa igualmente o antigo presidente da Comissão Europeia e exhibe no "catálogo" nomes como o do ex-governador de Hong Kong Chris Patten, os economistas Joseph Stiglitz e Nouriel Roubini, e o ex-Presidente soviético Mikhail Gorbachev. Além da política e da economia, "vende" especialistas em áreas como desporto, gastronomia, aventura, artes e cultura. Representa 6 500 conferencistas, entre oradores principais, motivacionais e até comediantes. Na página da internet, a agência promete "a pessoa certa para o seu evento, audiência e orçamento".

### PASSAR A PALAVRA

Em Portugal, esta atividade podia ter como lema "vi, ouvi, gostei e recomendei". Um mercado sem dimensão para atrair com regularidade grandes oradores, e onde o dinheiro escasseia, não ajuda ao negócio do agenciamento.





### CARLA ROCHA

RADIALISTA

Os seus dias começam às 4h30, com a preparação e apresentação do programa da manhã na Rádio Renascença, mas não têm hora para terminar. Dona de uma academia de formação em comunicação, Carla Rocha faz treino individual e de grupos, e dá palestras nas áreas "motivacional e de desenvolvimento pessoal". Coordena o programa Atletas Speakers, do Comité Olímpico de Portugal, e treina atletas para falarem em público. Quando é contratada por empresas, tenta "sensibilizar as equipas para a forma como comunicam e para o que comunicam, tornando-as melhores comunicadoras". Pedem-lhe conselhos sobre o modo de cativar audiências mas também "coisas tão simples como onde pôr as mãos quando se fala em público", diz.



### JOÃO GARCIA

ALPINISTA

Usa a vida como fio condutor nas suas palestras, contando os trambolhões que deu e a forma como a seguir se reergueu. Aconselhado por um amigo, começou a aceitar os convites das empresas e a fazer disso uma atividade remunerada, mas é na ida às escolas que retira os ensinamentos para as conferências. "Os miúdos não têm filtros e perguntam-me muitas coisas. Em contrapartida, aprendem noções de geografia, de física e de fisiologia da altitude." Quando as empresas lhe pedem que passe uma mensagem, João Garcia recusa-se a ser "a voz do patrão". "Nunca forço nada. A minha função é motivar e inspirar, não ameaçar." Por falta de tempo, é forçado a recusar um em cada dois convites que recebe.

motivacionais (ver perfis). Além da Izi Speakers Bureau, já com 12 anos de existência (representa António Câmara, (ex-YDreams), João Capela (árbitro) e Ricardo Monteiro (gestor), entre outros, há representantes de agências estrangeiras e um ou outro "comissionista" a atuarem de forma independente. Devido às suas ligações internacionais, esta agência oferece mais de 15 mil oradores, em áreas como economia comportamental, Inteligência Artificial, inovação e inspiração. Os honorários podem variar entre 2 500 euros e 250 mil euros, quando se trata de "nomes internacionais muito mediáticos".

Domingos Sarafana, representante da espanhola BCC, com uma carteira de cerca de meio milhão de oradores (80 dos quais exclusivos) admite que a dimensão do mercado não é a ideal para que o negócio prospere, mas acredita que há espaço para crescer. No catálogo, tem o velejador Ricardo Diniz, Luís Figo e José Rodrigues dos Santos. Com alguma frequência, recebe pedidos de oradores para iniciativas com mil pessoas, subordinadas a temas como liderança, motivação, tecnologia, desporto, redes sociais, etc. "Além do agenciamento, preparamos o orador para as conferências e fazemos a gestão das redes sociais. O nosso *apport* é tornar tudo mais profissional", explica.

As agências ajudam os oradores a abrirem portas no mundo das empresas, a prepararem palestras mais apelativas, com boas apresentações visuais que passem bem no "filtro" da internet. Tratam de todos os pormenores associados ao evento onde vão participar. "É a diferença entre levar o próprio carro e chegar de limusina", exemplifica Carla Rocha, radialista e oradora motivacional – mas também ficam com uma parte dos honorários. Por isso, quando um orador tem sucesso, o "passa-a-palavra" entre clientes torna-se decisivo para continuar a ter trabalho. Os mais conhecidos são chamados para motivar equipas, por exemplo, com objetivos de vendas, ensinando os seus elementos a lidar com a pressão e a potenciar o talento. Daí o sucesso, cada vez maior, de oradores motivacionais oriundos da área do desporto. É, por enquanto, o segmento de mercado que mais dinheiro movimenta e que pode ser considerado um negócio. [csteixeira@visao.pt](mailto:csteixeira@visao.pt)

Para convidar um "cabeça de cartaz", é preciso ter bolsos fundos e apelar à generosidade dos patrocinadores. Há que pagar os honorários do conferencista e também a comissão do intermediário.

No entanto nem sempre é assim. Hoje, com a facilidade de encontrar tudo através da internet, quem contrata pode não precisar de mediadores, especialmente dentro de portas. Quando uma empresa (geralmente os departamentos de marketing e de recursos humanos), universidade, câmara de comércio, associação ou fundação promove uma iniciativa com um orador nacional, pode optar por convidá-lo diretamente. Costuma-se dizer que "aparecer é poder" e, em áreas como a política e a economia, a grande maioria dos oradores nacionais dá conferências gratuitamente, acabando por "secar" o negócio das agências.

Apesar da exiguidade do mercado, há quem faça da atividade um negócio, com os chamados oradores

## OS MAIS BEM PAGOS

Segundo o site financeiro The Street.com, oito dos dez oradores mais bem pagos do mundo, em 2017, eram norte-americanos

1 BARACK OBAMA	\$400 MIL
2 BEN BERNANKE	\$200 MIL A \$400 MIL
3 ARNOLD SCHWARZENEGGER	\$250 MIL
4 ALAN GREENSPAN	\$250 MIL
5 BILL E HILLARY CLINTON	\$200 A \$250 MIL
6 TONY BLAIR	\$200 MIL
7 DAVID CAMERON	\$155 MIL
8 GEORGE W. BUSH	\$150 A \$200 MIL
9 CONDOLEEZZA RIZE	\$150 MIL
10 AL GORE	\$100 MIL



A NEWSMAGAZINE MAIS LIDA DO PAÍS

WWW.VISAO.PT

Nº 1322 . 5/7 A 11/7/2018 . CONT. E ILHAS: €3,50 . SEMANAL

**DIPLOMACIA**  
COMO MARCELO  
AJUDOU À VITÓRIA  
DE VITORINO

**CIÊNCIA**  
O QUE DIZEM  
OS NOSSOS  
SONHOS



A NOVA VIDA  
DE OBAMA

**NEGÓCIO**  
QUANTO COBRAM  
OS ORADORES  
EM CONFERÊNCIAS

# VISÃO

## DUELO DE MILHÕES NAS CASAS DE FÉRIAS

MERCADO DO ALOJAMENTO LOCAL VOLTA A ANIMAR  
COM BATALHA PELA LIDERANÇA ENTRE BOOKING E AIRBNB  
ESTRATÉGIAS • TENDÊNCIAS • NÚMEROS • HISTÓRIAS



REVISTA  
GRÁTIS  
com esta edição