

omia

Econ - Brasil

# Nos pacotes, ganha o mercado de palestras

ISABEL DIAS DE AGUIAR  
E MARISA CASTELLANI

O grau de incerteza proporcionado pela frustração do Plano Cruzado e a expectativa criada pelo novo choque provocado na economia, pelo ministro da Fazenda, Luís Carlos Bresser Pereira, serviram para aquecer um mercado peculiar e sofisticado: o das palestras. Ouvir uma grande estrela da economia pode custar tão caro quanto um artista consagrado. Mas nem sempre é o dinheiro o ingrediente necessário para participar de um seminário ou conferência, geralmente seguidos de debate. É preciso também fazer parte de um grupo para o qual o apresentador esteja interessado em expor suas idéias.

Incursões a temas como déficit público, conversão da dívida externa em capital de risco e privatização das empresas estatais, entre outros, exigem dos conferencistas um esforço e tempo nem sempre disponíveis. Por isso, a ordem é cobrar caro, muitas vezes com o intuito de reduzir a freqüência dos convites. Mesmo assim, os nomes mais cotados do mercado poderiam, com segurança, abandonar suas atividades para viver da renda proporcionada por uma ou duas palestras por semana.



Lopes: não quero saber

Por se tratar, predominantemente, de economistas, os honorários são indexados. Isso ocorre principalmente porque as palestras são acertadas com antecedência para garantir o espaço na agenda do expositor, dos ouvintes e se proteger da inflação. Dólar ou OTN (Obrigações do Tesouro Nacional), uma hora de verbalização não fica por menos que Cz\$ 48,7 mil. Mas o custo para o promotor do encontro pode chegar a Cz\$ 160 mil, se a estrela estiver entre as mais cotadas e se os patrocinadores forem empresas de grande porte.

Não há, porém, uma tabela rígida. Tudo é combinado caso a caso e são freqüentes as situações em que nada se cobra, o que ocorre quando a ética interfere na negociação. Existe uma linha tênue entre a contribuição desinteressada à informação e a prestação de serviços de consultoria. Para o diretor da XYZ, (empresa especializada no agenciamento de conferencistas), Mário Viana, essa linha não é tão tênue assim. "Quando existe bilheteria", isto é, quando o ingresso à palestra é cobrado, a recomendação é para se cobrar honorários. O valor pode oscilar dependendo do padrão da audiência. Alberto Tamer, jornalista de **O Estado**, acha que o critério deve ser outro. "Quando a palestra se destina a gerar receita, ela deve ser cobrada", diz Tamer, que se recusa a receber qualquer remuneração de estudantes e associados de entidades de classe, mas cobra entre 150 e 200 OTNs quando o convite parte de empresas.

O tratamento que o economista Luiz Gonzaga Belluzzo, ex-assessor do Ministério da Fazenda, dá a convites recebidos de seus colegas de profissão e administradores de em-

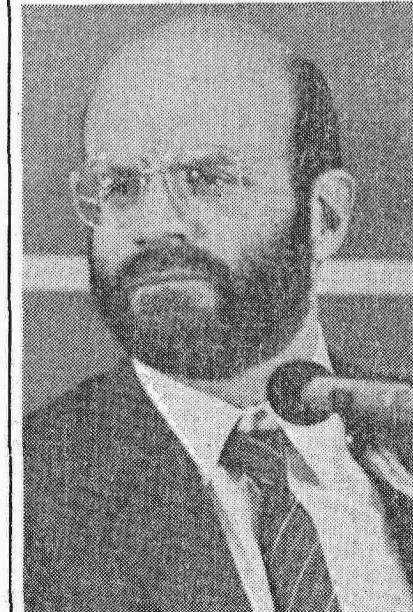


Simonsen: preço alto

presas, através de suas entidades de classe, é o que chamou de prestação de serviço "de médico para médico". Não cobra, mas também quase nunca vai. Economia, segundo ele, é uma ciência que exige muita reflexão. Se for atender a todas as solicitações que recebe para participar de palestras, diz que não lhe sobraria tempo para fazer outra coisa. Está convicto de que se decidisse o contrário poderia elevar substancialmente a sua renda, mas acha que isso "não seria correto"; além de correr o risco de se tornar repetitivo, a carreira de conferencista poderia ser curta.

Outros três "país" do Plano Cruzado — o ex-ministro João Sayad, o ex-secretário-geral da Secretaria de Planejamento, Francisco Luna, e o ex-secretário da Secretaria Especial de Controle das Estatais (Sest), Henry Philippe Reischstull — também exercitam a mesma filosofia. Mas logo após a edição do Plano Bresser, através da empresa de consultoria que constituíram e associados a uma outra empresa similar, a Trevisan Associados, promoveram palestra que lhes proporcionou receita apreciável. Para debater sobre o "Novo Cruzado", 120 empresários pagaram Cz\$ 20 mil cada e durante toda uma manhã tiveram oportunidade de saber o que os antigos membros do governo pensam sobre o trabalho de seus sucessores. Antoninho Trevisan, também ex-secretário da Sest, diz que esse é um típico trabalho de consultoria e por isso, não deve ser confundido com as palestras que dá a pessoas que aprecia, admira e que tem interesse que ampliem seus conhecimentos e das quais nada é cobrado.

Entre os economistas considerados "mais caros", destaca-se o ex-ministro da Fazenda e do Planejamento, Mário Henrique Simonsen, que refuta, porém, essa qualificação. "Conferência avulsa eu não faço por falta de tempo", diz. Para ele, basta o tempo já despendido nas palestras dirigidas a membros de empresas das quais é conselheiro. A recusa permanente não serve para re-



Sayad, novo "astro"

duzir a freqüência dos convites. Simonsen diz que faz exceções às universidades, até mesmo do Exterior. Algumas pagam US\$ 1.000, além das despesas de transporte e estadia, disse. Outras só as passagens e o hotel.

O economista Francisco Lopes fez a sua opção, no que diz respeito a conferências: "Não sei nem gostaria de saber quanto ganha um economista para fazer uma palestra". Mas sua empresa de consultoria — Macrométrica — proporciona a numerosa clientela uma rotineira análise de conjuntura. No Rio de Janeiro, a tabela de ganhos de um consultor em palestras varia entre US\$ 1 mil e US\$ 5 mil, segundo o vice-presidente do Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (Ibmec), Paulo Guedes, que informa estar afastado desse mercado há pelo menos quatro anos. O ex-diretor da área bancária do Banco Central, Alberto Furugem, afirma que raramente cobra por uma palestra isolada, já que seu trabalho é mais amplo e inclui a prestação de serviços de consultoria a empresas. Se convidado, porém, para uma palestra avulsa, pediria pelo menos US\$ 1 mil.

## SÓ PERTO

Uma das limitações impostas pelo jornalista Joelmir Beting não se refere a honorários, mas à distância. Ao vivo, Beting não poderá ser visto e ouvido além de 60 quilômetros de São Paulo. Isso se dá pela sua pequena disponibilidade de tempo, já que dá prioridade à sua atividade profissional principal. "É sem dúvida um dos melhores produtos que ele pode oferecer", diz Lucila Beting, sua mulher e administradora de sua agenda. "Pode prender a atenção da sua audiência por até três horas seguidas, sem dificuldade", disse. Ele está, porém, disponível para apenas uma, "no máximo duas", palestras por semana, por causa do desgaste proporcionado por uma palestra. O preço: US\$ 1 mil, mas sujeito à revisão.



Belluzzo, como médico

A recusa por parte de alguns em receber honorários pode criar problemas para as empresas, já que são freqüentes os cancelamentos de última hora, por parte de conferencistas, criando constrangimento perante um público exigente e, neste caso, pagante. Por esse motivo, o diretor da XYZ defende a profissionalização dos palestristas, uma vez que existem pessoas dispostas a expor seus conhecimentos e outras interessadas em ouvi-las. A mudança no programa de um seminário promovido pela Associação dos Jornalistas de Economia do Estado de São Paulo (Ajoesp), com o tema "Empresa, Economia de Mercado e Capital Estrangeiro", e organizado pela empresa de assessoria de comunicações Impacto, fez com que um dos ouvintes se sentisse lesado. Estava prevista a presença do presidente do Banco Central, Fernando Milliet, que ficou retido em Brasília. A solução encontrada foi a devolução do dinheiro pago pela adesão, que evidentemente não se destinava a remunerar os expositores, quase todos ligados ao governo, mas aos custos da sua realização num hotel de primeira linha.