

Jornais promovem eventos que condenam quando outros o fazem

Entre os dias 28 e 30 de outubro, Londres receberá o *Lide Brazil Conference*, que reunirá líderes políticos, empresariais e investidores para debater questões que moldam o futuro do Brasil e sua relação com o cenário global: desenvolvimento sustentável, inovação financeira, agronegócio, transição energética e novas oportunidades de investimento no Brasil e no Reino Unido.

O parágrafo acima faz parte do [material de divulgação](#) de evento promovido pela *Folha de S.Paulo*.

Assim como a *Folha* e *UOL*, seminários semelhantes estão sendo promovidos pelos jornais *Valor*, *Estadão* e *O Globo*. O modelo é o mesmo. Alguém organiza o evento, busca patrocínios e convida nomes lustrosos. Normal. Integra o catálogo de serviços de empresas de comunicação.

O que expõe os jornais é que quando eventos como esses não são promovidos por eles, viram alvo de graves acusações. Tráfico de influência, improbidade e outras suposições criminosas como essas. A diferença, talvez, seja o fato de personalidades do Judiciário estarem, ou não, nos eventos.

Na dicção de Otavio Frias de Oliveira, um gênio empresarial da comunicação que o Brasil perdeu, em vez de perseguir as coisas erradas do país, a imprensa desperdiça tempo acoessando a difusão do conhecimento, escolas e eventos acadêmicos. Evidente paradoxo para um país que tem na deficiência da cultura e ensino sua maior vulnerabilidade.

Faça o que eu falo, não o que faço

Assim: Neymar pode faturar milhões mostrando como chutar uma bola. Tiririca pode ficar rico falando bobagens. Diretores de jornais podem ganhar um bom dinheiro em palestras ou eventos como o que a *Folha* promove em Londres. O jornal, aliás, já montou dois empreendimentos com essa finalidade. Um é o [Folha Seminários](#), outro é o [Casa Folha](#) (uma cópia do projeto americano “MasterClass”).

Dois pesos e duas medidas. Um juiz que ralou a vida inteira, passou madrugadas em claro estudando e gastou o que tinha para saber o que sabe, não pode receber alguma paga para transmitir seu conhecimento e sua sabedoria a quem precisa dela, em eventos acadêmicos.

A suposição de que o juiz favorecerá quem patrocina um evento de uma empresa de comunicação é apenas cômica. Como se um juiz que decide causa que envolve bilhões fosse vender sua decisão em troca de uma passagem de avião ou uma diária de hotel. Fala-se em patrocinadores de seminários com causas nos tribunais — o que acontece com todas as empresas de comunicação. Tanto em suas páginas como em audiências nos tribunais, esses formadores de opinião defendem ardorosamente suas pautas empresariais.

Agendas paralelas

O pano de fundo dos ataques a eventos de que juízes participam, contudo, nada tem a ver com pretensas suspeitas sobre a honestidade desses protagonistas.

Trata-se apenas da reprodução do modelo que deu cria ao esquema apelidado “lavajato”, quando se tornou imperativo emparedar o Supremo Tribunal Federal e o Superior Tribunal de Justiça, para que o Chacrinha pudesse jogar bacalhaus para o auditório.





Em vez de pedir desculpas por ter enganado seus leitores, a imprensa pede revanche. Por interesse inconfessáveis, claro. Quer voltar ao poder junto com os titeriteiros que manipularam a opinião pública com a ilusão de uma falsa luta do bem contra o mal.

É por isso que Neymar pode faturar com seus chutes; Tiririca com suas piadas; mas um juiz não pode receber por uma palestra — o que é claramente permitido legalmente.

Os eventos promovidos por *O Globo*, *Folha*, *Estadão* e *Valor* não devem ser vaiados. Os respectivos diretores de redação devem ser remunerados por compartilhar seus vastos conhecimentos nesses eventos. Mas proibir quem sabe mais que eles de fazer o mesmo é contraditório.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2024-set-22/jornais-promovem-eventos-que-condenam-quando-outros-o-fazem/>