

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE
HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL (CPDOC)
ABP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROPAGANDA

Proibida a publicação no todo ou em parte; permitida a citação. Permitida a cópia xerox. A citação deve ser textual, com indicação de fonte conforme abaixo.

COELHO, Edeson Ernesto. *Edeson Ernesto Coelho (depoimento, 2004)*. Rio de Janeiro, CPDOC, ABP – Associação Brasileira de Propaganda, Souza Cruz, 2005.

Esta entrevista foi realizada na vigência do convênio entre CPDOC/FGV, a ABP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROPAGANDA e a SOUZA CRUZ. É obrigatório o crédito às instituições mencionadas.

EDESON ERNESTO COELHO
(depoimento, 2004)

Ficha Técnica

tipo de entrevista: temática
entrevistador(es): Ilana Strozenberg; Luciana Heymann
levantamento de dados: Regina Santiago
pesquisa e elaboração do roteiro: Regina Santiago
sumário: Luisa Quarti Lamarão
técnico de gravação: Clodomir Oliveira Gomes
local: Rio de Janeiro - RJ - Brasil
data: 17/06/2004 a 18/06/2004
duração: 9h 20min
fitas cassete: 10
páginas: 133

Entrevista realizada no contexto do projeto "A propaganda brasileira: trajetórias e experiências dos publicitários e das instituições de propaganda", desenvolvido pelo CPDOC em convênio com a Associação Brasileira de Propaganda (ABP) e a Souza Cruz, a partir de março de 2004. O projeto tem o objetivo de constituir um acervo de entrevistas sobre a história da propaganda brasileira e produzir um dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil. Notas das entrevistas elaboradas por Anna Carolina Meirelles da Costa, Ilana Strozemberg, Luciana Quillet Heymann, Luisa Lamarão, Maurício Xavier, Regina Santiago e Verena Alberti.

temas: Anos 1950, Anticomunismo, Comunicação de Massa, Congressos e Conferências, Difusão Cultural, Empresas Multinacionais, Estados Unidos, Família, Ford Company, Imigração, Jingle, Jornalismo, Roberto Marinho, Rádio Globo, Segunda Guerra Mundial (1939-1945), São Paulo, Teatro, Televisão, Turismo, Walter Clark, Wellington Moreira Franco.

Sumário

1a Entrevista: 17.06.2004

FITA 1-A: origens familiares; primeiros contatos com o mundo de propaganda através da farmácia do pai; recordações da infância em Joaquina, vila de imigrantes em Campinas; lembranças sobre o Liceu Salesiano Nossa Senhora Auxiliadora, em Campinas; explicações sobre a mudança para São Paulo (1940); a experiência no Liceu Franco-Brasileiro em São Paulo; comentários sobre as dificuldades na escola e o trabalho como propagandista médico.

FITA 1-B: informações sobre o trabalho como propagandista médico; o aprendizado no curso de técnica de propaganda da Associação Paulista de Propaganda - APP (1947); diferenças entre *publicity* e *advertising*; explicações sobre a técnica do *prisma* e *scratch board*; descrição do trabalho nas oficinas de composição gráfica; conjuntura da entrada do entrevistado na McCann-Erickson (1947); breve comentário sobre o pioneirismo das agências McCann-Erickson e Thompson na propaganda no Brasil; o primarismo das adaptações de campanhas norte-americanas para o Brasil naquele momento; comentários sobre a importância do rádio na época e explicações sobre o processo de gravação de *jingles*; breves comentários sobre a ida para a agência Arco-Artusi.

FITA 2-A: informações sobre a agência Arco-Artusi; breves lembranças do envolvimento com teatro amador do Rio de Janeiro; considerações sobre as profissões dos irmãos do entrevistado; considerações sobre o amigo Carlos Pedregal; descrição das funções desempenhadas na Arco-Arcusi; dificuldades enfrentadas após a saída da Arco-Artusi (1951); o emprego na Rádio Globo (1951); recordações do trabalho na Sears Roebuck (1952); informações sobre o sistema de encomenda por reembolso postal e venda por catálogos, típicos dos Estados Unidos, adotados pela Sears Roebuck no Brasil.

FITA 2-B: comentários sobre o emprego na Emissora Continental (1953); explicações sobre a permuta da Emissora Continental com a Propag, empresa de representação de automóveis; a entrada na *Reader's Digest* (1953); breve comentário sobre as relações de amizade com a Thompson; longas informações sobre o funcionamento da empresa; breves considerações sobre Fernando Chinaglia; informações sobre a distribuição de jornais no Rio de Janeiro e a relação de Roberto Marinho com os jornalistas; explicações sobre a coluna Nancy Sasser na revista *Reader's Digest*; observações sobre a divulgação de produtos norte-americanos durante a Segunda Guerra Mundial: a revista *Em Guarda*; breve comentário sobre o anti-comunismo nos Estados Unidos na década de 50 e a decisão de se mudar para Nova Iorque com a mulher.

FITA 3-A: longo relato das dificuldades enfrentadas nos Estados Unidos (1953); comentários sobre o cargo de relações-públicas no *Brazilian Government Trade Bureau*; razões da desistência do cargo na Avon; a volta para o Brasil e a entrada no *Jornal do Brasil* (1957).

FITA 3-B: relato da situação do *Jornal do Brasil* em 1957; comentários sobre a competição entre os jornais no Rio de Janeiro; considerações sobre as mudanças implementadas pelo entrevistado no *Jornal do Brasil* e sua posterior saída do jornal; a passagem pela Standart em São Paulo, como RTV produção do programa de televisão *O céu é o limite* na TV Tupi (1955); lembranças do breve período na Dória e Associados (1955).

FITA 4-A: longas explicações sobre a fundação do Instituto Verificador de Circulação - IVC (1961); longos comentários sobre a aquisição do controle da revista *Senhor*, junto com Reinaldo Jardim; considerações sobre José Luís Magalhães Lins; recordações da tentativa de recuperar a revista *Senhor* (1964).

FITA 4-B: recordações da tentativa de recuperar a revista *Senhor* (1964); balanço do trabalho feito na revista *Senhor*; longos comentários sobre a Rede Globo e a função de gerente comercial na empresa (1965-66).

FITA 5-A: longos comentários sobre as dificuldades da Rede Globo em seus primeiros anos de funcionamento; informações sobre o cargo de diretor da Ford do Brasil S.A.(1966-68);

lembranças do lançamento da campanha do Ford Galaxie, do Salão do Automóvel em São Paulo e da campanha da Ford na América Latina na década de 60.

FITA 5-B: informações sobre a compra da Willys pela Ford; longas considerações sobre o cargo de diretor-geral da agência Standard (1968-71); comentários sobre a multinacional Rhodia; lembranças dos desfiles e caravanas da Rhodia no Brasil; observações sobre o grande poder exercido por Lívio Rangam na Standard.

2a Entrevista: 18.06.2004

FITA 6-A: histórico da Kibon e da Alpargatas, clientes da Standard; discussão sobre o controle de algumas grandes empresas em agências de publicidade; relato de episódios de tensão entre clientes e agências de propaganda; comentários sobre Armando Morais Sarmiento; discussão sobre a relação entre as agências de propaganda e os veículos; diferenças entre contato e corretor de anúncios.

FITA 6-B: longos comentários sobre a Lei Almino Afonso (1961) que incorporou as normas-padrão e o Código de Ética aprovados no Congresso de 1957; longas explicações sobre a origem da agência DPZ (1970).

FITA 7-A: diferenças entre os diretores da DPZ; a participação do entrevistado na venda da Standard para Ogilvy; comentários sobre a importância do modelo americano e o estilo brasileiro de fazer propaganda; debate sobre o sucesso da publicidade brasileira.

FITA 7-B: a contribuição européia para a propaganda brasileira; a presença dos ilustradores argentinos na década de 50; a importância da escola americana para a propaganda brasileira desde as suas origens; breve histórico da McCann-Erickson; discussão sobre o início de grande parte das grandes agências como house agency de indústrias; explicações sobre a saída da Lab e a ida para a DPZ como diretor-geral (1973); informações sobre a conta da Souza Cruz; detalhes sobre a propaganda da Seagram e a conquista do primeiro Leão de Ouro para o Brasil em Cannes.

FITA 8-A: recordações dos trabalhos feitos na Rede Globo pela DPZ; a campanha "Mexa-se"; envolvimento do entrevistado na criação da Fundação Irineu Marinho; relato da demissão de Walter Clark da Rede Globo; explicações sobre a ida para Time e posteriormente para a Salles (1979).

FITA 8-B: dificuldades enfrentadas no trabalho de representante da Time na Salles; comentários sobre a Isaac Piltcher e Abelardo Cid; observações sobre a importância da agência Grant Advertising; informações sobre a formação e o funcionamento da agência MPM; longos comentários sobre a relação entre agências de publicidade, empresas estatais e governos; conjuntura da ida para a MPM (1982); comentários sobre a relação de Luiz Vicente Goulart Macedo e os governos brasileiros.

FITA 9-A: considerações sobre a venda da MPM para a Lintas; discussão sobre a importância de Luiz Vicente Goulart Macedo para a MPM; participação do entrevistado no governo Moreira Franco (1987-91); o trabalho como diretor de marketing da Embratur; a volta para a Salles como vice-presidente no Rio de Janeiro e o posterior retorno a DPZ; explicações sobre a decisão de aposentar-se (2000); elogios à atuação da Souza Cruz.

FITA 9-B: informações sobre a Souza Cruz, importância de sua estrutura de vendas, suas estratégias de marketing e sua relação com as agências de propaganda.

1ª Entrevista: 17.06.2004

L.H. - Gostaríamos de conhecer um pouco a sua história de infância. A gente já sabe que o senhor nasceu em 31 de maio de 1929, em uma fazenda. Como foi esse começo?

E.C. - Primeiro, o signo é de Gêmeos. Minha mulher mexeu com astrologia, então é um signo terrível que faz que vai para cá, vai para lá; fala que fala e não fala, e é muito difícil. Eu nasci em uma fazenda de café em São Paulo que teve a felicidade de ser comprada pelo meu avô no começo do *crack* do café. Não é o Pelé, é o *crack* do café mesmo, em Nova York, com a depressão, a crise mundial etc. Era uma fazenda extremamente decadente, o governo pagava para a erradicação dos pés de café. Então era um cenário assim de Krajcberg: galhos secos que nem carvão...¹ O Ministério da Agricultura – ou o que fosse na época – pagava pela erradicação de cada pé para evitar o *surplus*, o excedente no exterior. Isso aconteceu nos anos de 29... Meu avô obviamente era um fazendeiro mineiro próspero, semi-analfabeto; minha avó era 100% analfabeta, como a mãe do Lula. Então, eles não estavam preparados para a luta nem nada. Eles tinham um financiamento do Banco do Brasil, ele queria deixar de criar vaca, vender capim, essas coisas, em Minas, e – talvez por ambição, por *status* ou por má informação – comprou uma fazenda de café em São Paulo, que era o auge. Campinas, perto de São Paulo, era a princesinha do oeste e tinha todo o resultado já estabelecido da imigração italiana – a novela da Globo mostra isso muito bem. E também tinha os fazendeiros tradicionais na época: os Penteado, Egídio de Sousa Aranha e alguns italianos tipo Milani, da companhia Gessy, os Fontoura, da Fontoura e Serpa do Biotônico, do Jeca Tatu, daquelas coisas.² Era uma fazenda em que crescia capim, o porco crescia, a gente matava o porco e comia, a vaca crescia e eles matavam a vaca, o cabrito do vizinho passava por lá, a gente comia o cabrito dele. Então, isso aí foi até uns quatro anos. Pertinho dessa fazenda tinha uma vila inteirinha de imigrantes italianos que se chamava Joaquina Egídio, devia ser Joaquina Egídio Sousa Aranha, que eu acho que deve ser parente de Olavo Setúbal, daquele Sousa Aranha que foi governador, o Paulo Egídio Sousa Aranha.³ Era aquela parte toda que chegava quase a ser um pouco *gay*. Não tinha a palavra na época, mas estava todo mundo de veludo, todo mundo de punho de renda, aquele negócio, tinha fazendas assim muito tradicionais.

Nessa vila, meu pai resolveu montar uma farmácia depois do fracasso da fazenda - ele tinha supostamente dado o golpe do baú e virou aquilo... Ele era mineiro, toda a família era mineira, ele tinha se formado aqui no Rio, na Universidade do Brasil na praia da Urca. Eu diria que foi aí – eu tinha cinco anos de idade, em 1934, por aí – que começou uma espécie de tomar conhecimento do mundo de *marketing* e publicidade, porque na farmácia, embora do interior, aparecia o representante da Bayer, da Schering, da Colgate, Colgate Palmolive hoje, e outros: Ponds, Rugol, Anti-Sardina, Pílulas de Vida Doutor Ross, o que fosse. Eu tenho fotos com *displays* grandes do Colgate, do

¹ Frans Krajcberg (1921), pintor e fotógrafo. Nascido na Polônia, estudou engenharia e artes na Universidade de Leningrado e foi oficial do exército polonês durante a Segunda Guerra Mundial. Imigrou para o Brasil em 1948 e naturalizou-se brasileiro em 1957. Na década de 1960, começou a fazer esculturas com troncos de árvores mortas, observando os vestígios da mata atlântica.

² O Biotônico Fontoura foi criado em 1911 pelo farmacêutico Cândido Fontoura, motivado pela saúde frágil de sua esposa. O remédio recebeu esse nome por sugestão de Monteiro Lobato, amigo de Fontoura. Lobato criou o Jeca Tatu, personagem pobre, caboclo, de família magra, pálida e triste, que se transformava em saudável ao experimentar o Biotônico.

³ Sosas e Joaquim Egídio são distritos de Campinas. Joaquim Egídio de Sousa Aranha, marquês de Três Rios, foi deputado provincial em várias legislaturas durante o Império. Olavo Egídio Setúbal foi prefeito de São Paulo de 1975 a 1979, mesmo período em que Paulo Egídio Martins foi governador do estado.

dentifrício. E muitos almanaques. Na época, eu me lembro do Capivarol, do Jeca Tatu do Monteiro Lobato, feito para o Fontoura. Cheguei a ver, quando pequeno, o Fontoura, ele deu uma bola de futebol para mim e uma caneta para o meu irmão [riso], nunca vou esquecer isso na vida. Aquele começo da Waterman, ele deu uma caneta para o meu irmão, que já era meio intelectual, o mais velho – eu sou o terceiro de três homens –, e eu ganhei uma bola de futebol.

L.H. - O Fontoura do Biotônico?

E.C. - Fontoura do Biotônico. Cândido Fontoura, depois apareceram os dois filhos, que eram o Dirceu Fontoura e o Olavo Fontoura. Aí é outra história. Fontoura e Serpa. Serpa era um italiano imigrante que se associou ao Fontoura e começaram com o Biotônico. Meu pai também – para fazer alguma coisa como *hobby*, eu acho –, desde Minas ele representava a Kodak. Não me perguntem por quê, eu também não sei. Os dois primeiros filhos foram muito fotografados, mas eu não peguei muita coisa. Eles eram imigrantes muito humildes, muito pobres. O governo italiano estava também com dificuldade de emprego nos anos 20, aliás desde o ano zero, pré-Mussolini, com o perdão da má palavra. A Itália estava em dificuldades, então eles vinham para cá com a passagem paga, o navio, daí o famoso terceira classe no navio, carcamano. E depois o governo brasileiro punha no Hotel dos Estrangeiros que tinha em São Paulo, na rua Ipiranga, punha em Campinas também. E os fazendeiros, supostamente prósperos e ressentindo o fim da escravidão, iam para lá e arrebanhavam os que podiam ser meeiros ou terceiros, que é aquela velha história da participação indireta no resultado da plantação, e tinha de ter acomodação. Era o que a gente chamava de uma vila, de uma seqüência de casas, tudo muito primário. Alguns desses italianos moravam, para praticar o comércio... A maioria trabalhava na lavoura mesmo, para aparecer depois na Rede Globo com enxada nas costas, aquele negócio, aquelas cenas. E eles iam para Joaquina, onde eles tinham uma coisa quase de um burgo, de uma aldeia da Idade Média. Tinha o vendeiro, o padeiro, o marceneiro, o ferreiro, o professor, as carolas, as que cantavam na igreja, o padre. Nós não tínhamos *status* ainda, então o padre vinha de Arraial do Sousa, uma vez por semana. Então tinha comunista, que já era muito na proporção lá... Tinha todos esses tipos. E meu pai era meio o festeiro porque ele era o farmacêutico e, no interior, o farmacêutico era também o médico, o consultor. É meio rabino, que resolve as desavenças, as confusões... Sei lá, para passar a limpo as coisas, perguntar as coisas, iam a meu pai. Então, a gente cresceu nesse ambiente de farmácia onde, de noite... Ele também era o único que tinha rádio. Tínhamos a Rádio Mayrink Veiga, a Rádio Nacional, a Rádio Educadora, aquelas rádios todas. Eles sentavam e meu pai explicava, eles eram todos praticamente analfabetos, alguns sabiam ler em italiano, mas o italiano não estava em moda na época. Então, eles falavam de uma maneira muito cabocla e italiana. Os apelidos eram Bepino, aquelas coisas. E aí o meu pai explicava eclipse, ano bissexto, calendário, misturava isso com conselhos, doenças, injeção... E havia o primeiro começo de escambo também, na minha opinião, que depois os Diários Associados implantaram como permuta: trocar o automóvel por publicidade. Os veículos dos Diários Associados ou antes deles – eu estou falando e talvez seja leviano da minha parte... Mas as rádios principalmente começaram a trocar coisas. Sei lá, procura o Sérgio Dourado e troca um apartamento por um ano de publicidade no *Jornal do Brasil* e aí o *Jornal do Brasil* ficava com um apartamento. Então, era o que a gente chamaria de escambo, mas na época não era escambo, era pobreza mesmo. O sujeito dava duas galinhas e meu pai dava uma injeção nele; o sujeito trocava uma cesta de couve, uma cesta de chuchu...

Joaquingídio, devido ao coronelismo, tinha uma linha de bonde, acreditem ou não, que saía de Campinas. Esse bonde ia pelo meio do mato, elétrico – isso nos anos 30 –, passava por Arraial dos Sousas, ia a Campinas, depois de Campinas ele ainda ia a Cabras, que era uma fazenda de outro coronel. Essa linha tinha ponte, aterros, cortes, o diabo a quatro. Com o bonde, os fazendeiros podiam ir a Campinas fazer alguma coisa, tomar um chope em uma choperia que tinha lá que se chamava Cidade München, na época era difícil falar isso. Ou quando tinha uma feira, uma exposição, alguma coisa. Então, a gente tomava esse bonde e ia para Campinas para estudar, eu e meus dois irmãos.

I.S. - Seus irmãos eram mais velhos?

E.C. - Eram mais velhos. João e Nelson são mais velhos. Estão vivos, até muito vivos.

I.S. - São muito mais velhos?

E.C. - Não, um ano e meio cada um. É aquele negócio antigo: minha avó tinha 14 filhos, mas vingavam sete, vingaram seis, cinco. É aquela coisa. Se você olhar uma fazenda com dificuldade de luz, sem telefone, sem aquecimento, como é que nascia uma pessoa como eu que está aqui hoje falando com vocês? Com parteira. Mas você tinha que mandar o que a gente chamava de camarada, que era o sujeito que andava a cavalo para ir buscar as pessoas. Então, saía um sujeito a cavalo para buscar uma parteira em Arraial de Sousas ou em outra fazenda. Depois se instalou um telefone lá cujo número era meia dúzia [risos]. É ótimo isso. Um número. Você hoje liga para Tóquio, 193 números. E o sujeito fala: “Se você quer saber que horas são, aperte o quatro.” Para nós, era meia dúzia e olhe lá.

Estudei no Liceu Nossa Senhora Auxiliadora, em Campinas, que era um negócio salesiano. Eu imagino, hoje, que eles eram todos fascistas porque o clero todo nessa época... Mas isso é uma dedução minha porque eu lembro muito que, primeiro, eles adoravam Getúlio em 38, 39 – estava no auge da ditadura. Getúlio foi lá e todo mundo cantou o hino nacional, o diabo a quatro. Isso em Campinas.

I.S. - Ele foi à escola?

E.C. - É, na escola, no Liceu Salesiano Nossa Senhora Auxiliadora. Era dos padres salesianos. Eu acho que tem um em Niterói.

L.H. - Tem um salesiano enorme em Niterói.

E.C. - Então, esse colégio era como foi um tempo aqui o São Bento. Quer dizer, meio desfilas, medalhas, essas coisas. Eu era muito humilhado devido ao meu irmão. Eles nos chamavam Coelho, Coelho e Coelhinho. Eu era o Coelhinho. Como meu pai botou três filhos na escola, ele arrumou um de graça, que era eu. Por uma ajuda social, que os padres naquela época não faziam muitas não, mas eu entrei nesse negócio porque o papai ajudava muito a igreja em Joaquina, para fazer as festas, as comunhões, as coisas. Ele pintava a igreja, ele construiu a torre. Ele era um Antônio Ermírio da época lá. Mais elegante um pouco.

L.H. - A família era católica e praticante?

E.C. - Por definição, era todo mundo católico. Não tinha como não ser. Tinha uma família lá, Rossi, que era vizinha de casa em Joaquina...
 Joaquina...

Em Joaquina não tinha banheiro, o banheiro era um buraco que meu pai fazia. E não tinha eletricidade, não tinha água. Minha mãe pegava um balde e tirava a água. O balde batia nas beiras, minha mãe não percebia muito [riso], quando o balde chegava lá, estava na metade. Tinha que encher uma bacia para tomar banho. Sapato, nem pensar. A gente botava sapato para ir à escola aos sete, oito anos de idade. É incrível isso. Depois nós fomos para Campinas, fomos para São Paulo, aí eu vim para o Rio e depois fui morar em Nova York. Quando eu estava em Nova York, eu falava: “Meu Deus!” Depois eu voltei para o Rio, voltei para São Paulo e falei: “Vou parar, se não vou terminar lá.”

Mas essa parte do Liceu foi importante pela disciplina. Ele tinha esse viés fascista ou nazista. E era também na época de um papa – um Pio daqueles, um “Pio” daqueles – que também apoiava muito Mussolini. Era o auge do Mussolini, Cine Citta e aquelas coisas. Cine Citta, não sei, mas era naquela época toda da Itália invadir a Etiópia, Eritreia na época, e aí eles iam civilizar e povoar a Abissínia, no tempo do Hailé Selassié.⁴ Aí a Itália botava vaca de pára-quadras, cabrito, bezerro, tudo descia de pára-quadras no deserto porque não havia estrada. É incrível. Então, o orgulho que a gente tinha disso, mais o *mare nostrum* do Mussolini, ele apertava um botão e explodia a esquadra inglesa, aquele troço todo. Tinha essa parte de italiano.

L.H. - A sua mãe era do lar ou ajudava na farmácia?

E.C. - [Riso.] Ela não sabia que era do lar, mas era do lar. Era a mãe típica da época, com muito pouca iniciativa porque era uma mãe mineira, baseada no arroz, no feijão, na couve, bife, batata frita e nos escambos que meu pai fazia na época. Ela não tinha nada, nada, nada, mas era vaidosa, com muito Ponds, Udorono, que era um desodorante, e muito Leite de Rosas.

L.H. - Faça uma idéia, com a farmácia na frente.

E.C. - É, dentro da pobreza, tinha muita saúde por causa do volume de vacinas. A injeção parecia um prego. Entrava um cano no braço das pessoas. Então, o sujeito espirrava, meu pai castigava todo mundo. A minha mãe era de prendas domésticas, mas nunca foi muito prendada também não. Ela cuidava mais de passar roupa, fazer comida, lavar, esfregar os filhos para ficarem limpinhos e mandar para a escola, voltar e botar para dormir. Quer dizer, ela cumpriu a parte dela de mãe mineira com grande eficiência, mas não tinha grandes brilhos nem nada disso. Ela lia no máximo *Os Maias*, do Eça de Queiroz, tome de Érico Veríssimo também. E depois, mais para frente, aí já em 42, foi a invasão do *Reader's Digest* e as pessoas de mais *status* iam a *Seleções*, onde tinha “Meu tipo inesquecível”...

L.H. - “Rir é o melhor remédio”...

E.C. - “Rir é o melhor remédio”, “Piadas de caserna”, aí tome de *Reader's Digest*. Então, era essa cultura. Isso e mais *O Cruzeiro* e aquelas revistas da época. Ah, e eu tinha um tio que se casou com uma pessoa em Minas que era contra-parente, não sei o

⁴ Hailé Selassié (1891-1975), imperador da Etiópia, antiga Abissínia, entre 1930 e 1974.

que era, do dono do *Tico-Tico*. Eu não me lembro do nome dele agora. Era uma revista semanal e tinha o almanaque do *Tico-Tico*. O almanaque era grosso, com os personagens Bolão, Reco-Reco, Azeitona. Era uma loucura. Mas isso devia ser ruim de doer comparado com os tempos de agora. Vocês imaginem o que era o *Tico-Tico* dando exemplos de moral, essa coisa toda. E a *Careta* também, meu pai lia muito a *Careta*, que era um negócio muito legal. Aí, já com J. Carlos, com esse pessoal todo.⁵

L.H. - Então, voltando, o senhor estava dizendo que já estava indo para São Paulo, não é isso? Com dez anos, fazer o ginásio...

E.C. - É, com dez anos e meio, por aí, eu fui para São Paulo.

I.S. - A família toda foi?

E.C. - A família toda foi. Meu pai, em Campinas, mudou-se porque foi ser uma espécie de gerente, representante do Fontoura. Como ele era muito hábil dando injeção no Fontoura – o Fontoura nasceu velhinho, ninguém viu o Fontoura novo, Cândido Fontoura, o velho Candinho Fontoura... Meu pai tinha muito carinho por ele, ia lá na fazenda dele dar injeção. Era negócio de montar a cavalo, andar duas horas, dar a injeção e voltar. E o Fontoura então perguntou ao meu pai: “Sou muito grato, o que você gostaria?” “Eu gostaria de educar meus filhos melhor.” Ele falou: “Então, vou arrumar o negócio.” E aí nomeou ele representante do Fontoura em Campinas, onde tinha um quarto de casa de almanaques, cartazes, *displays*, brindes, essas coisas todas. E amostra também de produto, na época pesava um quilo cada amostra, uma coisa horrível. Depois disso, o Fontoura achou que o meu pai estava indo bem e, um ano e meio depois, o levou para São Paulo, para o Instituto de Medicamentos Fontoura e Serpa, que era na rua Caetano Pinto, no Brás. Aí, já um prédio que os Fontouras estavam fazendo. Os Fontouras, para a época, eram um pouco pioneiros e um pouco arrojados. Os filhos foram crescendo, chegaram à primeira rádio de cultura no Brasil, a Rádio Cultura de São Paulo, onde vinham Elvira Rios, Jean Sablon, Lecuana Cuban Boys... Os grandes nomes mundiais iam para a Rádio Cultura. Os locutores eram o Itá Ferraz e o Nicolau Tuma. Os árabes em São Paulo, sírio-libaneses, sempre tiveram vocação para locutor. Eles vão a prefeito, vão a tudo, mas eles nascem locutores. Isso é incrível. Vários locutores em São Paulo eram árabes. Eles falam mais... não sei.

Mas então, nessa época, nós ficamos em São Paulo. E aí, de novo, pagando três por dois ou dois por um, não sei o que meu pai conseguiu lá. Fomos morar em um bairro de classe média, hoje seria bastante pobre, que era a Vila Mariana. A Vila Mariana confinava com o território dos Klabins. É um negócio muito engraçado isso. Nessa época, a gente não sabia bem o que era Klabin e a contribuição do Lasar Segall, do Warchavchik na arquitetura, a gente não sabia disso.⁶ Era na rua Afonso Celso, os Klabins tinham uma mansão na rua Santa Cruz, lá no fim de Vila Mariana ou no começo já de Jabaquara. A gente não sabia dessas coisas, mas a gente foi perceber depois.

Nesse período no Liceu Franco-Brasileiro, que depois, já com a guerra pior... Porque quando eu cheguei lá, na metade de 40, 41 eu acho, a França já estava invadida.

⁵ J. Carlos (1884-1950), cartunista e ilustrador carioca, criou personagens típicos do Rio de Janeiro, como o Almofadinha e a Melindrosa. Colaborou com Walt Disney, quando da visita deste ao Brasil, durante a Segunda Guerra Mundial, desenhando um papagaio como personagem tipicamente brasileiro.

⁶ Gregori Warchavchik, arquiteto nascido em Odessa, na Ucrânia, casou-se com Mina Klabin. Construiu a primeira casa modernista no Brasil, decorada com obras de Lasar Segall.

Então, eu não sei se nessa época o Liceu Franco-Brasileiro, que passou a se chamar Liceu Pasteur, era patrocinado literalmente, inteiro, como é a Maison de France, como são alguns patrocínios do Instituto Goethe, essas coisas. Esse Liceu era para divulgar ao mundo a cultura francesa e tudo isso. O diretor se chamava Georges Reder, uma coisa assim, francês de anedota, daqueles franceses mesmo. Mas aí começaram os tempos difíceis. A França oficial era a França de Vichy, de Pétain; e a França nossa, a França que a gente sabe é a França de Paris etc. Então, esse colégio hospedou, abrigou – aí eu não entendo bem porque eu tinha dez, 11 anos de idade – todos os refugiados judeus da França, que eram os garotos que estavam nesse colégio. Mas nós não sabíamos. A gente via eles com aquela calça comprida e a meia, a calça ficava por baixo da meia, eles eram mais corados [riso], mais educados, e nós não sabíamos bem. Eu era de Vila Mariana, muito pobre, essas coisas todas, e esse pessoal no Liceu era um pessoal melhor. E, com isso, os professores também eram melhores, porque eram mantidos com a tradição da educação francesa. Vamos lembrar que a cultura brasileira tradicional era da Missão Francesa, o Exército brasileiro foi todo estruturado e feito à semelhança do exército francês. E a Academia Brasileira de Letras. A pessoa educada falava francês. Pois vocês acreditem ou não: consegui entrar nesse colégio, fiquei quatro ou cinco anos lá e saí sem uma palavra de francês. Tinha um curso brasileiro e nós éramos muito revoltados. Nós não éramos nacionalistas, éramos imbecis [riso]. Com aquela idade, um curso em francês seria um patrimônio grande para a educação e um começo muito bom. Eu e uns outros imbecilóides da época conseguimos sobreviver a essa influência, que estava lá de graça, era só conviver com eles, pular para o curso, porque o currículo era o mesmo. O currículo do ministério – estamos falando da época de Gustavo Capanema como ministro da Educação, uma figuraça. Serviu ao Getúlio, mas saiu incólume, eu acho, o Capanema e alguns daqueles na época. Acho que Simões Lopes também.⁷

L.H. - Ele saiu até antes.

E.C. - Mas saiu inteiro. Ele não foi do SNI. SNI, não. Como se chamava o departamento? DIP, Departamento de Imprensa e Propaganda, do famoso Lourival Fontes, que se casou com Adalgisa Néri – acho que foi isso que salvou ele.⁸

⁷ Gustavo Capanema foi designado por Getúlio Vargas para dirigir o Ministério da Educação e Saúde, função desempenhada entre julho de 1934 e outubro de 1945. Luís Simões Lopes foi nomeado oficial-de-gabinete da Secretaria da Presidência da República (1930-1937) e presidente do Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP) (1939-1945) no primeiro governo Vargas. Em dezembro de 1944 assumiu a presidência da recém-criada Fundação Getúlio Vargas e, entre 1951 e 1952, dirigiu a Carteira de Exportação e Importação do Banco do Brasil (Cexim). Ainda no segundo governo de Vargas, em 1954, foi eleito primeiro presidente do conselho de administração do Instituto Brasileiro de Administração Municipal (IBAM).

⁸ O Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) foi criado por decreto presidencial em dezembro de 1939, com o objetivo de difundir a ideologia do Estado Novo. Sua origem passa pela criação, em 1931, do Departamento Oficial de Publicidade e do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), em 1934. Em 1938, durante o Estado Novo, o DPDC transformou-se no Departamento Nacional de Propaganda (DNP), que finalmente deu lugar ao DIP. A estrutura altamente centralizada do DIP permitia ao governo exercer o controle da informação e assegurar o domínio da vida cultural do país. Devido à importância de suas funções, o DIP acabou se transformando numa espécie de "superministério" até sua extinção, em maio de 1945. Lourival Fontes esteve à frente do DIP de 1934, quando ainda era DPDC, a 1942. Acumulou tal função com as atividades de colaborador do *O Jornal* e representou o Brasil no Conselho Administrativo do Bureau Internacional do Trabalho. Em 1945 foi nomeado embaixador do México e, com a deposição de Vargas, exonerou-se do cargo. No segundo governo Vargas foi chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, função que desempenhou até agosto de 1954, ano em que se elegeu senador por Sergipe para o mandato de 1955 a 1963.

I.S. - Adalgisa Néri, que agora está tendo a sua biografia publicada.

E.C. - É, estão desenterrando ela aí, é uma boa idéia. Então, a gente ficou nesse colégio, onde eu conheci algumas pessoas que conheço até hoje. Uma delas é Reynaldo Jardim, um grande amigo meu hoje. Eu e ele trabalhamos na renovação do *Jornal do Brasil*, ele foi secretário de Cultura do Distrito Federal já em Brasília. É um grande poeta, um intelectual e uma figura muito legal, Reynaldo Jardim da Silveira.⁹

I.S. - Esse colégio era considerado “o colégio”?

E.C. - Não, não. Mackenzie era “o colégio”. O auge da reação dos ingleses, dos canadenses, os filhos de pessoal da Light, essas coisas todas, era o Mackenzie. Depois vinha o Liceu Rio Branco, que era na avenida Paulista e os quatrocentões todos eram do Rio Branco. E tinha outros colégios.

I.S. - Dante Alighieri.

E.C. - O Dante Alighieri já era no auge dos italianos melhores, os Matarazzo, os Crespi... Crespi eu acho que é italiano. Esse colégio nosso era um enclave na cultura brasileira pelo nível. Embora ele não fosse brilhante nem acadêmico, ele tinha uma estrutura, uma formação francesa que a gente não percebeu na época.

O pai do Reynaldo era sargento da Força Pública e botou os filhos para ler, escrever, fazer ginástica, escovar os dentes. É um negócio incrível a família do Reynaldo, vindo de um pai sargento da Força Pública. A Força Pública antigamente era paramilitar. Mas era o negócio assim de sentar praça por não ter nada o que fazer, por não ter recursos para estudar. Eles davam banho, ensinavam a ler e a escrever, andar, comer, essa coisa toda. Um dia, eu descendo uma rua chamada rua Conde de Irajá, que chegava até a rua Vergueiro, vinha o Reynaldo subindo com um recorte na mão da *Gazeta*. Não a *Gazeta Esportiva*, na época era *A Gazeta*. Era um grande vespertino de São Paulo, quando tinha vespertino e matutino, que era do Cásper Líbero, que tinha o Joel Néri, um canastrão de promoções, essas coisas.¹⁰ Sempre tem. Nós tínhamos 15 anos, 16 anos de idade, Reynaldo vinha subindo a rua com um recorte na mão e falou: “Que bom que eu te encontrei. Tem esse recorte aqui.” Dizia: “Propaganda, profissão do futuro. Faça o curso da APP e torne-se um profissional independente...” o diabo a quatro.¹¹ Eu falei: “Reynaldo, onde eu entro nisso?”

Antes disso – perdão, tem um retrocesso aí –, com os conhecimentos do meu pai e com a minha instabilidade, eu não conseguia aprender a dividir, conjugar verbo – estou falando em português. Não sei até hoje dividir, o que é um pouco de egoísmo da minha parte, mas agora tem as maquininhas. Eu não sabia fazer conta. Quando entrou

⁹ Reynaldo Jardim, jornalista e poeta. Trabalhou no *Jornal do Brasil*, onde criou e dirigiu pelo Suplemento Dominical (1956), de conteúdo invoador, que se tornou mais tarde um suplemento literário, contando, entre os colaboradores, com Mário Faustino e Ferreira Gullar. Criou o Caderndo B do *JB* (1960) e passou ainda por jornais como o *Correio da Manhã* e o *Jornal dos Sports*. Fundou o jornal *O Sol* (1967), inicialmente ligado ao *Jornal dos Sports* e depois publicado independentemente.

¹⁰ Cásper Líbero (1889-1943), advogado e jornalista, chefiou a sucursal carioca de *O Estado de S. Paulo*. Em 1918, assumiu a direção de *A Gazeta*, substituindo Antônio Covelo.

¹¹ A Associação Paulista de Propaganda (APP) foi fundada em setembro de 1937. Sua diretoria, presidida por Orígenes Lessa, contava com nomes como Jorge Mathias, Renato Castelo Branco, João Alfredo de Sousa Ramos, Francisco Pettinati e José Soares Bairão. Em 1989, passou a se chamar Associação dos Profissionais de Propaganda.

máximo divisor comum, mínimo divisor comum, verbos, indicativo, presente, particípio, eu me afoguei todo e aí eu não saía. Na época, tinha científico. Eram quatro anos de ginásio e três de científico, era científico ou clássico.

I.S. - Você fez o quê?

E.C. - Eu parei no primeiro científico, não andei. Eu fui expelido, não conseguia. Aí, o meu pai, que era muito paciente, muito pai, o que eu agradeço hoje, falou: “Olha, é melhor você pensar em trabalhar porque nessa escola você não vai nunca, você não vai sair disso.” Meu irmão já estava fazendo exame da Politécnica, sempre você tem um irmão assim. E aí então ele falou: “Você quer ser auxiliar, propagandista médico?” Isso aí é uma das coisas mais trágicas do mundo, mas meu pai fez com boa intenção. Pegava uma pasta, uma rua, ou um setor, uma área, e saía visitando médicos com uma pasta que pesava duzentos quilos porque as amostras eram do tamanho de um tijolo. Um vidro de Biotônico, um xarope chamado Pinastrol, uma pomada chamada Borissal. Esse laboratório, que se chamava J.Pires, ainda tinha a capacidade de ter Caju Purgativo! [Riso.] Era um purgante em vidrinhos, parecia aquele guaraná caçula. Então, você tinha que visitar dez médicos por dia. Isso, nós já estávamos em 44, 45, na guerra. Visitava médico e fazia relatório. Foi aí que aprendi a escrever direito porque você falava com o médico, ele abria uma fresta da porta e punha só a mão para apanhar as amostras...

[FINAL DA FITA 1-A]

E.C. - Então, a propaganda médica foi uma grande escola de desinibição – eu era extremamente tímido –, de caradurismo e lutar pela vida, porque você chegava no escritório médico, tinha uma enfermeira que não sabia nem o que ela estava fazendo lá, e dez propagandistas. Aí, eu inventei – não sei realmente se fui eu que inventei, mas eu na minha área inventei – botar a fila das bolsas. Você botava as pastas em fila, porque a pasta tinha o emblema do laboratório, no meu caso era J. Pires. Tinha o sujeito da Bayer, o sujeito da Schering, o sujeito do Fontoura, o sujeito não sei do quê, punha aquela fila e eu saía fora. Voltava lá, a fila já estava andando. O médico atendia de maneira rápida ou ele tinha algum interesse, porque já nessa época, depois eu fiquei sabendo, os médicos vendiam mais barato as amostras. Eu estou falando porque meu pai era diretor de um laboratório. Tinha muito médico que negociava, mas, em contrapartida, tinha médicos que pegavam essas amostras para dar para as pessoas necessitadas da sua rua, do seu escritório. Ou ele trabalhava em um hospital como voluntário e levava as amostras. Então, tem esse equilíbrio. A proporção que vendia e a proporção que usava essas amostras de maneira humanitária, eu não posso dizer. Eu sei só que os médicos que tinham esses dois interesses eram mais atenciosos e pediam: “Você podia me arrumar mais de tal pomada? Você podia me arrumar mais de tal remédio?” Porque eles tinham isso aí que eu acho muito bonito.

Você estava representando o laboratório – eu tinha 16 anos, me fazia de homem, mas no fundo era um garoto – e, se você fosse de baixo nível ou respondesse de uma maneira grosseira, o médico podia ligar para o diretor do laboratório, te custava o emprego. Então, você tinha que ter uma certa humildade, mais ou menos como o atendimento em agência de propaganda hoje: “O senhor quer almoçar? Pois não. O senhor não quer almoçar, eu também não quero almoçar.” Aquele negócio. Então, eu praticamente explodi em termos de aprender a me expressar, a não botar o pé no prato, essas coisas todas, como propagandista médico. E aí, voltando ao encontro com

Reynaldo Jardim, eu já trabalhava, mas não sabia nem que trabalhava em propaganda. Era propagandista médico, que era uma profissão para passar aquele tempo, porque eu precisava fazer alguma coisa, nós não tínhamos dinheiro em casa. Eu lembro que o primeiro salário, meus pais me liberaram e eu comprei um par de sapatos [riso], era o que dava com o salário. E no Natal me deram uma gratificação pequena. Nós saímos, eu e um outro propagandista médico, compramos uma garrafa, na época, cachaça com coco, aquela que já vem misturada. Tomamos aquilo sentados em uma calçada; nunca mais na vida eu tomei cachaça nem batida nem nada. Foi um santo remédio para mim. Eu fiquei vacinado para o resto da minha vida.

Encontrando-me com Reynaldo, eu perguntei qual era o problema e ele disse: “É que eu passei lá...” Ele telefonou para a APP, ficava na rua Xavier de Toledo, perto do Mappin Stores, e falaram que tinha uma jóia para pagar para fazer o curso, seria o correspondente hoje a 50 reais, vamos dizer. Era uma coisa muito pequena, mas o pai dele não tinha dinheiro e nem eu. Aí falei com a minha mãe, houve aquela conversa, eu falei: “Bom, mãe, eu também quero ir.” Era um curso à noite, eu trabalhava de dia. Aí, a minha mãe, claro, olhou para um lado, olhou para o outro, e falou: “Se seu pai não souber...” Abriu um bule, como mãe típica, abriu aquele bule e tirou umas notinhas de dentro, me deu. E o Reynaldo e eu fomos lá, nos matriculamos. Foi um curso fabuloso no sentido de abrir um mundo novo e, sem favor algum, uma das coisas mais primárias que eu vi na minha vida. Era ruim demais. Eles pegavam um vendedor de sucesso para ensinar técnicas de venda. E tinha uma vantagem de algumas palestras, aí já por pessoa boa da propaganda.

I.S. - Deixe eu perguntar uma coisa em relação a isso. Na época, a idéia de propaganda ainda era muito confundida com a propaganda através de vendedores?

E.C. - Tudo confuso. Não havia nenhuma definição. Primeiro, chamava-se de propagandista quem trabalhava em propaganda, eu fiquei sabendo logo no começo. Segundo, tinha aquela tremenda diferença entre *publicity* e *advertising*, a gente não entendia bem disso. Misturava um pouco com vendas...

L.H. - O que é essa diferença?

E.C. - A *publicity* é divulgação que você faz através de imprensa, de tudo. “Você teve muita *publicity*.” Ele foi muito mencionado na imprensa... É uma divulgação. Você faz com *press release*, faz com reuniões.

I.S. - Torna público, é isso?

E.C. - Torna público. É *publicity*. E daí vêm os publicistas antigos, tipo Rui Barbosa e outros, que cuidavam das coisas públicas. Então, era uma confusão. Até hoje, ainda é muito grande. Minha mãe morreu sem saber bem o que eu fazia, quanto mais eu explicava para ela... O meu primeiro emprego em publicidade foi na McCann-Erickson e para minha mãe aprender a falar McCann-Erickson era totalmente impossível. Tinha que ter começado numa outra agência chamada Pereira e Pereira [riso]. Ela queria dizer para as amigas que ela tinha um filho que, com 17, 18 anos, estava na McCann-Erickson como redator, eu era *copywriter*, então isso era uma loucura. Morreu aos 85 anos.

Então, nesse curso tinha essa parte. Tinha um Rodolfo Lima Martensen fazendo uma palestra.¹² Ele foi uma das grandes figuras da publicidade brasileira. Além do talento, ele era uma figura já mais privilegiada também. Ele parecia o Capitão Marvel, era muito alto, com uma mecha de cabelo branco, falava muito bem. Ele era o diretor-geral, o presidente, antigamente era gerente-geral, da Lintas do Brasil. Lintas é Lever International Advertising Services. Foi a primeira grande *house agency* do mundo. O Lever é de Lever Brothers, Irmãos Lever, que depois compraram no Brasil a Gessy, Unilever.

L.H. - Em 37. A gente tem aqui que em 37 a Lintas, como uma *house agency* da Unilever, se instalou no Brasil.

E.C. - E eu acho que o primeiro diretor foi o Rodolfo Lima Martensen. Ele tinha outros sobrinhos, outros filhos, porque a raça continua por aí, mas ele era realmente uma figura excepcional, então ele ia lá e fazia palestras. Eu acho que ele fez uma palestra que era “Nosso céu tem cinco estrelas”. Olha o barroco e o rococó disso. “Nosso céu tem cinco estrelas” era: redação, arte, pesquisa, produção, rádio. Eram cinco estrelas, ele mostrava os dedos e falava o primeiro... e nós lá, de babador, olhando para o Lima Martensen falar. E apareciam outras figuras. Eu não tenho certeza, mas acho que o Auricélio Penteadado foi lá, o fundador do Ibope, uma figura genial também.¹³ Foi falar sobre pesquisas, sobre Instituto Gallup, George Gallup e o diabo a quatro.¹⁴ Nesse curso tinha umas 20 pessoas... Surpreendentemente começaram e acho que terminaram 20 pessoas. E tinha direito a baile, entrega de diploma no dia 4 de dezembro, que era o Dia Mundial da Propaganda – que na época começava no Brasil, de maneira pequena. Um baile, uma festa no Hotel Esplanada, e você ainda tinha... Olha o ridículo: era um ano de curso à noite, como tudo na época muito precário, mas era relativamente sério. Primeiro, porque era o primeiro curso de propaganda. A APP tinha feito palestras, em 37 eu acho que publicaram a revista *Propaganda*, eles ficaram com o título. Depois o Mauro e eu terminamos diretores da revista *Propaganda* e eles fizeram disso uma briga de paulistas e cariocas.¹⁵ Então, nós fomos receber o diploma e o diabo a quatro, e também tinham

¹² Rodolfo Lima Martensen (1915-1992) iniciou sua carreira aos 16 anos, em 1931, fundando uma rádio em Rio Grande (RS). Em 1937 começou a trabalhar na Lintas, cujo comando assumiu no Brasil, como diretor presidente, em 1943, permanecendo na agência até sua aposentadoria, em 1973. Idealizador e fundador da Escola Superior de Propaganda e Marketing, em 1951, foi seu presidente por 20 anos. Publicou *O desafio de quatro santos* (1983) e *Danuta* (1988).

¹³ Auricélio Penteadado era proprietário da Rádio Kosmos. Com o objetivo de conhecer os índices de audiência de sua emissora, foi aos Estados Unidos estudar no American Institute of Public Opinion, criado em 1935 por George Gallup, para aprender as técnicas de pesquisa. De volta ao Brasil, fundou o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), em 1942. Foi a primeira organização especializada em pesquisa de mercado no Brasil e inaugurou no país as pesquisas de audiência de rádio pela técnica do flagrante (entrevistas individuais que buscam determinar, em horários diferentes, as audiências de emissoras e programas). Assim, passou a ter importante papel na publicidade brasileira, contribuindo para orientar as agências na compra de espaço no rádio e, mais tarde, na televisão.

¹⁴ George Horace Gallup (1901-1984), estatístico e analista de opinião pública norte-americano, criou, em 1935, o American Institute of Public Opinion, sediado na Universidade de Princeton, que ganhou fama ao prever a vitória de Franklin Delano Roosevelt nas eleições presidenciais do ano seguinte. O instituto desenvolveu-se rapidamente tornando-se uma organização de pesquisa com reputação e confiabilidade, realizando pesquisas para setores acadêmicos, indústrias privadas, mídia e grupos políticos. Depois de 1958, as diversas frentes de atuação de Gallup foram agrupadas sob a Gallup Organization Inc.

¹⁵ A revista *Propaganda* foi lançada, em 1937, sob a direção de Jorge Mathias, com Orígenes Lessa como redator-chefe. Foi, contudo, desativada em dezembro de 1939, após ter publicado 14 números. Em março de 1956, o nome *Propaganda* foi recuperado em São Paulo, com o intuito de competir com a revista *PN – Publicidade & Negócios*, do Rio de Janeiro. A revista foi criada em resposta a um artigo de Auricélio

prometido se empenhar para que o primeiro sujeito que tivesse feito um curso brilhante e tivesse mais interesse, essas coisas todas, eles recomendariam para um emprego. Eu, então, fui recomendado para a McCann-Erickson. Tinha um professor bom, chamado João Carillo, que era tio desse Carillo Pastore, que tem hoje uma agência de propaganda, e tinha um irmão também, Heitor Carillo, que depois degenerou-se e virou jinglista.¹⁶

I.S. - E os dois eram publicitários?

E.C. - Eram publicitários. João Carillo era chefe de redação da Lintas. Ele era uma figura fascinante e deu para nós a parte de redação. Precisava também deixar claro que, até 60 e poucos, redação era uma coisa, arte era outra. Não tinham nada a ver. Tinha o chefe de redação e tinha o diretor de arte. O diretor de arte mandava na parte dele, que era a parte gráfica, e estúdio. E o chefe de redação fazia textos. Salas diferentes, chefes diferentes, culturas diferentes e desentendimentos iguais. Quer dizer, o pessoal de arte não gostava do texto, porque não conseguia ilustrar...

I.S. - A idéia era essa: que eles ilustrassem os textos.

E.C. - Que ilustrassem. Era uma tragédia. E os diretores de arte praticamente distribuíam o serviço porque tinha cinco, seis artistas ou diretores de arte ou desenhistas. Então, eles faziam o leiaute, que era um esboço, a lápis. O redator aí já morreu. Aí tinha o diretor-geral ou o cliente que se defendia, ia olhar. É preciso notar que não havia laboratório fotográfico nem fotografia. Fotografia, que já era em branco e preto, tinha que ir para um estúdio, para um laboratório fotográfico. Era tudo demorado, então era tudo com desenho. Depois, começaram a fotografar – já no tempo da Metro 3 –, a gente começou a fazer leiaute fotografando, tirando de revista, de livros, tirando referências.¹⁷ O diretor de arte tinha na sua gaveta pastas assim: “mãos”, ele aí recortava tudo quanto era revista americana ou do mundo que tinha mãos. Depois, ele tinha “olhos”, “bigode”, “boca”, “barba”, “crianças”, “bebês”, “mulheres”, “mulheres grávidas”, “aviões”, “carros”. Não existia o computador e referências para você ter. O capital do diretor de arte ou do desenhista era a sua gaveta intocável.

L.H. - Um arquivo de imagens recortadas.

E.C. - De imagens, de referências. Isso é incrível, pensar que eu estou vivo aqui e acompanhei isso.

I.S. – E, a partir daquelas imagens, alguém desenhava.

Penteado, publicado na *PN* em 1955, sob o título de “Carcomanopéia”, fazendo fortes críticas aos publicitários paulistas. O título *Propaganda* pertencia Júlio Cosi, que o cedeu à nova revista. Mauro Salles assumiu a revista em 1967, ocupando sua direção até 1969.

¹⁶ A Carillo Pastore Comunicações foi fundada por Cláudio Carillo e Dalton Pastore em 1995. Em março de 1996 associou-se à Euro RSCG, um dos maiores grupos de comunicação do mundo, passando a chamar-se Carillo Pastore Euro RSCG.

¹⁷ Francesc Petit, José Zaragoza e Ronald Perichetti abriram o estúdio de arte Metro 3 em 1962. Realizando trabalhos para as maiores agências do Brasil, o estúdio consagrou-se nacional e internacionalmente. Foi ponto de partida para a fundação da DPZ, em 1968, com a entrada de Roberto Duailibi na sociedade.

E.C. - Desenhava e tinha um negócio chamado prisma. Vocês não ouviram falar em prisma. Prisma era uma tortura que só os bons desenhistas... Nessa época também nós já estávamos importando argentinos.

I.S. - Nessa época, quando? Na McCann-Erickson?

E.C. - É, 46, 47. Estou falando de um pouco antes, mas eu comecei na McCann acho que em 47, 48, 49.

L.H. - Em 47, pelo seu currículo.

E.C. - Eu quase tive que olhar carteira de trabalho para preparar esse necrológio meu aí em vida. Necrológio em vida é difícil. Então, nessa época era muito, muito difícil; as coisas eram muito demoradas.

I.S. - O que era esse prisma de que você estava falando?

E.C. - O prisma era um troço assim: uma haste horizontal e uma haste transversal. Essa haste transversal tinha literalmente um prisma de cristal. Você punha o prisma aqui, punha o desenho na sua frente, como se fosse um pequeno biombo, um reposteiro. Você colava o desenho ali com tachinha, uma moça sorrindo. Punha a moça ali, olhava nesse prisma, ele projetava aqui e você desenhava em cima do papel. Tudo muito sofrido. E era a época do *scratch board*, acho que o *scratch board* vocês também não viram. A sua geração não viu. O *scratch board* era para uma arte-final. Estamos falando em branco e preto – já existia alguma revista a cores, mas eram muito primárias. Então, a ilustração em branco e preto, quando ela não tinha meios-tons, era só ou branco ou preto – um pouco de gravura do Goeldi.¹⁸ O *scratch board* eram papéis que você não podia enrolar nem dobrar nem botar em umidade porque eles tinham um *coat*, uma capa de gesso no papel. Você tinha um estilete na mão, você passava nanquim preto e depois você ia tirando, quase como capa de literatura de cordel que eles fazem com xilogravura, eles fazem com madeira. Nessa época, o desenhista publicitário fazia *scratch board*. Ele passava o preto e depois raspava. Ficava muito bonito, só que ele tinha que soprar [riso], soprava o pozinho. Era tudo muito penoso, muito triste, mas engraçado. Nessa época não se chamava de plágio, tudo era copiado mesmo, para valer. E nós estamos falando de uma época em que a McCann-Erickson tinha Chicle Adams, General Motors, Esso, Goodyear. Já tinha Coca-Cola. Então, muita referência vinha de fora. Isso talvez a gente pudesse discutir em outro capítulo, o modelo brasileiro de publicidade ou não, isso é uma outra coisa.

L.H. - Eu tinha uma curiosidade ainda em relação ao curso. Esse curso da APP, qualquer um podia fazer? Não tinha nenhum pré-requisito?

E.C. - [Riso] Tinha 50 reais ou 50 mil-réis. Não, não tinha, não tinha nada.

I.S. - Quer dizer, o curso de propaganda era aberto a qualquer interessado.

¹⁸ Oswaldo Goeldi (1895-1961), artista plástico que se dedicou principalmente ao trabalho com xilogravuras.

E.C. - Era aberto. Dali para frente... Isso foi em 47, eu acho que no começo de 50 e poucos já tinha a Escola Superior de Propaganda.

I.S. - Tinha aquele curso no Masp, não era isso? Em 1951, parece.

E.C. - Esse foi criado, eu acho, pelo Rodolfo Lima Martensen e depois vieram David Monteiro e um bando de bons profissionais.¹⁹ Então o negócio já ficou mais, vamos falar, sofisticado.²⁰ Esse nosso era para ver como é que ia ser, como iria funcionar.

I.S. - E o Reynaldo Jardim entrou também.

E.C. - Estávamos eu e o Reynaldo lá. O Reynaldo foi parar numa agência, não me lembro agora, acho que foi a P. A. Nascimento. Teria de checar com ele. Então, nesse curso era tudo meio tentativa. A gente visitava jornais, visitava clichérias, oficinas de composição, porque a composição também, sem computador, não era em linotipo como nos jornais. A produção, que a gente chamava de produtor, marcava os tipos, título, grifo, negrito, não negrito... E aí tinha aquele negócio: quem conhecia Garamond, Boldoni... Você tinha que compor em caixas de tipos. Era uma bancada assim como na antiga rua do Acre que tinha cereais para mostrar, amostras de feijão, de arroz de qualidade, aquela bancada tinha quadradinhos, cada quadradinho tinha uma letra. Eles tiravam aquela letra e iam botando em uma régua assim. Os gráficos antigos tinham uma qualidade comum a todos eles: todos tomavam cerveja, tinham barriga e eram comunistas porque eram gráficos. Ninguém sabe por que todo linotipista e gráfico que trabalhava nessas oficinas de composição gráfica era meio comunista. Então, eles pegavam as letras e iam botando sem olhar a caixinha, que eles sabiam de cor. Uma enorme caixa! Porque tinha diversos tipos de letra. Ele pegava aquilo, amarrava, fazia uma resma, eu acho, passava aquele cilindro com tinta, tirava uma prova daquilo e mandava para a agência. Ficava um *boy* esperando lá, trazia para a agência. A agência fazia a revisão não só da parte estética, vamos dizer dos parâmetros, dos gabaritos, como também de português, aquelas coisas todas. Foi onde eu entrei na McCann-Erickson: como revisor da redação. Porque tinha *house-organs*, anúncios, cartazes, aquelas coisas todas. Era um risco grande botar um sujeito como eu como revisor aos 17 anos, mas tudo bem, eu era muito dedicado na época. Então, essa composição depois voltava para lá, eles tiravam a prova em papel cuchê e aí botavam talco em cima para não borrar, sopravam o talco. Aí, o estúdio da agência pegava o leiaute, cortava a composição e ia botando linha a linha e ia ajeitando com aquela cola de borracha que não seca logo, escorrega tudo, essa cola de sapateiro que a garotada, quando não tem dinheiro, usa no lugar de... estupefaciente. Então, esse cheirinho de cola me vem na cabeça até hoje. Depois que a gente acabava tudo, a gente ia para o estúdio. Eu, que era garoto, queria aprender no estúdio, ia ver a gravação de *jingle*, rádio, essas coisas todas. Eu queria continuar o meu curso na McCann-Erickson.

¹⁹ David Augusto Monteiro.

²⁰ Antônio Nogueira, Ítalo Éboli, Renato Castelo Branco, Rodolfo Lima Martensen e Geraldo Santos estão entre os idealizadores da Escola de Propaganda, fundada no prédio do Museu de Arte de São Paulo (Masp), em 1951. O primeiro curso foi lançado em março de 1952, com os principais líderes de cada área da publicidade como professores. Em 1955, Pietro Maria Bardi, diretor do Masp, convocou a diretoria da Escola para felicitá-la e dizer-lhe que tinha de deixar o Museu, já que o empreendimento havia crescido demais. Seus dirigentes conseguiram alugar um novo local para a escola, que passou a se chamar Escola de Propaganda de São Paulo. Em 1961 foi transformada em Escola Superior de Propaganda de São Paulo e em 1970 passou a ter sua denominação atual, Escola Superior de Propaganda e Marketing.

Há um outro parêntese aí, porque a McCann-Erickson e a Thompson foram as duas grandes escolas brasileiras, sem nenhuma dúvida. Do bê-á-bá à comercialização, da ética, de tudo, tudo, eram a Thompson e a McCann. A Thompson eu acho que chegou em 1929, a McCann chegou em 1935 e a NW Ayer era outra agência também, que veio atender a Ford e o diabo a quatro, Ayer and Sons.²¹ Essa agência vem de 1880, por aí, nos Estados Unidos. Eu acho que ela era da Filadélfia. Filadélfia teve uma importância mercadológica nos Estados Unidos na época. Então, o meu começo foi muito bom por ser na McCann-Erickson. Isso foi um privilégio.

L.H. - E isso porque você foi indicado como um bom aluno desse curso, por ter se sobressaído.

E.C. - O curso tinha uma coisa fascinante na época. Hoje eu falo do curso como primário porque você pode estudar publicidade, sei lá, no MIT. Mas na época era o que tinha. E esse curso tinha também: “Vamos fazer uma campanha!” “Vamos fazer um *slogan*!” Cada um sentava ã e quebrava a sua cabeça. “Vamos fazer um texto para Lifebuoy.” Alguém se lembra do Lifebuoy?

I.S. - Um sabonete.

E.C. - Era um sabonete da Lever Brothers que criou uma grande campanha, depois eu descobri que era transcrita e tirada por exigência dos americanos. Os americanos tinham o BO. O BO era uma sigla para Body Odor, ou seja, o mau cheiro do corpo, dos braços. Aí, lançaram no Brasil o CC, era Cheiro de Corpo. Depois do lançamento do Edsel, do automóvel, o maior desastre publicitário brasileiro foi o CC. Porque era Cheiro de Corpo e ninguém queria ter CC, ninguém queria comprar o Lifebuoy, ninguém encarava. Era pior do que comprar Modess. O sujeito não podia entrar num lugar desses e falar: “Me dá um Lifebuoy.” Todo mundo olhava, se afastava, tinha gozação etc. Por causa do CC, que é de Cheiro de Corpo, que foi uma adaptação do Body Odor, do BO.

I.S. - E onde aparecia o CC, na campanha do Lifebuoy?

E.C. - “Evite o CC. Se você tem CC...” Era tudo muito primário. Isso aí é pior do que o Garotinho falando sobre polícia, sobre segurança.²² O CC foi um desastre. E foi da Lintas e do João Carillo, eu acho. Mas não se discutia ordem com as multinacionais na época. O Brasil não tinha idade para encarar um gerente de propaganda ou de vendas ou de *marketing*, ou um presidente de uma Lever, de qualquer coisa. Não havia moral para isso, era muito difícil.

Outro caso foi a tradução do Seven Up. Era “Drink Seven Up and bubble up”. Quer dizer: “beba e arrote”; e tinha rima. Aí, começaram no Brasil, mas pararam porque [riso] era demais. Tem uma história do Seven Up que é muito engraçada. Na época, nos Estados Unidos, todo mundo que descobria uma idéia ficava rico. Um sujeito inventou um drinque, um refrigerante chamado One Up, foi à falência. Aí, o outro falou: “Th, inventou errado.” E inventou o Two Up, não deu. O Three Up. Quando chegou no Six Up, ele desistiu e apareceu um esperto e inventou o Seven Up. Ele ficou rico [risos].

²¹ A N.W. Ayer and Sons instalou-se no Brasil em 1931.

²² Anthony William Garotinho Matheus de Oliveira foi deputado estadual do Rio de Janeiro (1986-1988), prefeito de Campos (RJ) por dois mandatos (1988-1992 e 1996-1998) e governador do estado do Rio de Janeiro (1999-2003).

Isso eu acho genial, uma história bem americana de não desistir. Bom, então, estávamos onde?

L.H. - Em 1947, na McCann-Erickson.

I.S. - A McCann-Erickson já tinha esses departamentos todos? Você falou de *jingle*, de rádio...

E.C. - Eu diria que o *jingle* era feito fora. O *jingle*, o rádio, o locutor... Eu tinha até uma lista. Era no auge de Geraldo Mendonça, que era da Record; Otávio Gabus Mendes, pai e avô desses Mendes aí, que era diretor da Record; o Gilberto Martins.²³ Tinha vários que eram meio sambistas, meio músicos. E pegavam muito malandro, sujeito de violão, essas coisas assim. E tinha os estúdios, o Scatena era um – acho que ele foi Rio e São Paulo – e tinha outros estúdios que gravavam... Agora, gravavam no acetato, que era aquele disco que sai aquele bombril, aquela cabeleira preta, você tem que passar a escova e ir tirando. Gravava aquilo e errou, estava errado. Depois, tinha que tirar cópias disso para mandar para as rádios. Era muito complicado porque você tinha que levar o cliente lá para ele ver se estava gostando ou não. Cantavam, o pessoal no violão, conjunto. Era um processo doloroso, complicado e de alto risco gravar um *jingle* na época... A Isaurinha Garcia gravou muitos discos do Sapólio Radium. Saponáceo Radium, esse eu acho que era do Geraldo Mendonça: [cantando] “Eu levanto às 6 e 45 para tomar banho e café, mas quando chega 8h e começa cuco, cuco, cuco, e aí eu tenho que lavar...” Tinha uns *jingles* legais, mas a maioria era muito primária, venciam pela repetição porque qualquer Sidney Ross jogava 50, cem comerciais por dia.²⁴ Nunca souberam se irradiavam 50 ou cem por dia, mas era uma inundação no rádio.

O rádio era a grande muleta da população brasileira e até da unificação nacional, de língua, de costumes, de hábitos, principalmente a Rádio Mayrink, Rádio Nacional, César Ladeira...²⁵ Então, os que usavam o rádio usavam de maneira maciça porque você tinha o texto gravado, que era raro, e você mandava o texto, que era de 40 palavras, de 50 palavras. Botar um texto de 40 palavras, vocês não queiram saber o que era. Ter um *briefing* do tamanho de um elefante e fazer um texto de 20 palavras: você tirava uma coisa, tirava um adjetivo, era terrível. E depois, a verificação disso era outra coisa muito primária. Tinha emissora que saiu do ar e continuou mandando fatura para a Sidney Ross. Depois eles inventaram o *checking* regional: nomeavam e pagavam uma dona de casa que ouvia rádio o dia todo em Sorocaba para ela escutar a rádio de lá, preencher um formulário e mandar no fim do mês para o anunciante. Porque não eram confiáveis nem a fatura, nem o volume: a rádio saía do ar, faltava eletricidade, o locutor saía para namorar, qualquer coisa dessas, não irradiava nada e depois faturava. Teve caso de rádio que saiu do ar e continuou faturando. Era incrível o negócio de amarrar cachorro com lingüiça na época. E eu estava lá. Não é tão longe isso não, não faz muito tempo.

L.H. - Bom, aí, você passou, entrou na McCann-Erickson em 1947 e ficou pouco tempo.

E.C. - Isso é *This is your life*. Eu não sabia disso.

²³ Geraldo Mendonça foi um famoso compositor de canções e *jingles* comerciais, alguns dos quais em parceria com Antônio Maria, interpretados por Dirceinha Batista e Aracy de Almeida.

²⁴ O laboratório farmacêutico Sidney Ross fabricava medicamentos como Melhoral, Sonrisal e Glostora e era um dos principais anunciantes do rádio.

²⁵ César Ladeira (1910-1969) locutor, produtor, atuou nas rádios Nacional e Mairynk Veiga e na TV Tupi.

L.H. - Aí, da McCann você foi para Arco-Artusi Propaganda, não é isso? Essa saída deveu-se a quê? O que era a Arco-Artusi na época? Da McCann a gente tem mais referência.

E.C. - Eu era muito inquieto e aí eu já estava muito sabido, eu estava fazendo uns textos, eram rejeitados, não eram rejeitados, tinha o chefe de redação, que era o Ítalo Éboli, um sujeito fabuloso, até morreu muito cedo. O Ítalo Éboli foi muito carinhoso comigo, me ajudou muito, mas também era exigente. Porque, na época, você achava que sabia tudo, mas estava atropelando a ordem das coisas. Então, eu achei que na McCann-Erickson.. Eu conheci alguém que me apresentou o Artusi e fiquei encantado: Moacyr Jarbas Artusi. Ele me atendeu, acho que ele estava tomando uísque, e isso para mim era uma coisa, ele falava no telefone. Teve uma hora em que estava trocando de roupa, apareceu de roupão – roupão de banho para mim era a glória. Aí, ele falou: “Estou abrindo uma filial no Rio, mas você fica um tempo aqui. Você gostaria de mudar para o Rio?” Eu falei: “É comigo mesmo.” Tinha o fascínio do Rio. O Cassino da Urca... [Riso.] Tinha a rádio, você ouvia o Rio assim. Aí, eu vim para o Rio com a Arco-Artusi que, sem favor algum, era uma das piores agências que eu vi na minha vida. E olha que eu estou sendo gentil. Era muito picareta, muito empírica. Tinha um sujeito aqui no Rio que tinha uns clientes, aquele negócio: levava o cliente e ganhava uma comissão, aquele mundo antigo.

[FINAL DA FITA 1-B]

L.H. - O senhor estava falando dessa agência que era aqui no Rio.

E.C. - A Arco-Artusi tinha pequenas casas de varejo, tipo Casa Neno, que era de eletrodomésticos e foi um pouco pioneira dos Medinas, da Garson, Ponto Frio do Alfredo Monteverde, dessas lojas todas. A Casa Neno era, acho, de um capitão do Exército que se reformou não sei por quê, e vendia muito para os militares. Era o auge da enceradeira, da geladeira, o Brasil estava despertando para essas coisas do consumismo. Tinha a Galeria Silvestre, que era imensa, ou na Sete de Setembro ou na rua da Assembléia ou na rua da Carioca, vendia lustres, essas coisas e fazia muito anúncio.

Tem um fato aí interessante, que foi uma coisa que me marcou muito: tinha um cliente chamado Tour Atlântica – que seria uma agência de viagens, de pacote de turismo, essas coisas – e nós estávamos no começo de 1950, eu acho, com a Copa do Mundo no Brasil. O Brasil era favorito e nós estávamos terminando o estádio do Maracanã, com o Mendes de Moraes, aquele prefeito que era um general horroroso.²⁶ E o estádio era do Mário Filho, que era do *Jornal dos Sports*, um sujeito muito querido, irmão de Nelson Rodrigues. Eu estava muito envolvido nisso, eu gostava muito de futebol. Em São Paulo [riso], talvez por influência fascista, eu torcia para o Palestra – que era o auge do italiano, se chamava Palestra Itália. Depois, mudaram de nome para Palmeiras, tanto que o Parque Antarctica, que era um terreno da Antarctica, era a sede do Palestra Itália. Mas voltando à Copa do Mundo, eu fui conversar com o pessoal da Tour Atlântica. Eles queriam fazer uma promoção para atrair turistas de São Paulo e de outros lugares para virem para cá, aquele negócio de hotel, ônibus para ir para o Maracanã. Aí eu fiz um anúncio...

²⁶ Ângelo Mendes de Moraes foi nomeado prefeito do Rio de Janeiro, então capital federal, em junho de 1947 e permaneceu no cargo até março de 1951.

Eu fui falar com a Tônia Carrero porque, quando eu vim para cá, eu entrei muito para o negócio de Teatro do Estudante, no auge de Sérgio Cardoso, Sérgio Brito e aquelas figuras todas. E eu comecei a namorar uma figura que se chamava Ismênia Dantas. Na época, não era Ismênia Dantas, era Ismênia Tunes. Essa Ismênia, depois, foi trabalhar na Salles e eu acho que em outras agências. Uma mulher fabulosa. Ela tinha recém-separado de um sujeito chamado Afrânio Lemos, ou seja, o crime do Citroën, do tenente Bandeira.²⁷ Ela era viúva do Afrânio Lemos formalmente, mas não era. Ela tinha se separado dele e ele morreu, foi assassinado pelo tenente Bandeira. O crime do Sacopã. Eu, paulista recém-chegado, e ela estava com o grupo Teatro do Estudante, acho que era da Ana Amélia Carneiro de Mendonça.²⁸ Paschoal Carlos Magno! Grande figura. Aí eu fui acompanhar a Ismênia, fui para as aulas, palestras, as coisas de teatro, aquelas estréias, na época em que Jean Louis Barrault vinha para o Brasil com Madeleine Renaud...²⁹ Eu encontrei o Paulo Autran, que já conhecia de São Paulo, porque lá eu fiz umas pontas no TBC, no Teatro Brasileiro de Comédia, e meu irmão tornou-se diretor de teatro amador. Até hoje ele é amador, talvez tenha cometido esse erro.

I.S. - Aquele mais velho?

E.C. - É, o mais velho. Ele se chama João Ernesto Coelho Neto. E não sei por quê, meu pai chamava-se João Ernesto Coelho Júnior, meu avô se chamava não sei o quê, e ele acabou ficando J. E. Coelho Neto. E não sei se ele usou ou não isso, mas todo mundo pensava que ele era parente do Coelho Neto.³⁰ Ele ia andando na rua Barão de Itapetininga não fazendo nada, encontrou-se com outro amigo – ele era da Politécnica. Nós mexíamos muito com teatro, literatura, poema... O auge de Mário de Andrade. Não, Mário de Andrade morreu em 45. Mas Reynaldo, eu, meus irmãos etc., a gente tinha uma associação chamada Acroasis. Reunia-se uma vez por semana para discutir cultura em casa. Acroasis é o Olimpo. Olhem, vocês não queiram saber quão ridículo e quão útil era isso. Porque nós tínhamos teses. Eu fiz um negócio sobre Gil Vicente, sobre *Quem tem farelo*.³¹ Adaptei para o Brasil o negócio do Gil Vicente ou do Artur Azevedo, eu tentei atualizar Artur Azevedo. Nós fazíamos o diabo entre nós, tudo no subúrbio de São Paulo, em Vila Mariana. É incrível isso.

L.H. - Só para terminar: o seu irmão, na rua Barão de Itapetininga...

E.C. - Meu irmão se encontrou, na rua Barão de Itapetininga, com um outro sujeito: “Ô, Coelho Neto, que bom te encontrar. O que você está fazendo?” Ele falou: “Não estou

²⁷ Em 1952, o corpo do bancário Afrânio Lemos foi encontrado em seu carro, um Citroën, na Ladeira do Sacopã, no Rio de Janeiro. O tenente da Aeronáutica Alberto Franco Jorge Bandeira foi acusado pelo crime, que teria sido passional. Passou sete anos preso e teve campanha pública por sua libertação liderada pelo deputado Tenório Cavalcanti, o “homem da capa preta”, amplamente divulgada pela revista *O Cruzeiro*.

²⁸ O Teatro do Estudante foi um grupo de teatro criado na Casa do Estudante do Brasil, em 1938, por Paschoal Carlos Magno.

²⁹ Jean Louis Barrault (1910-1994), ator francês, especialmente conhecido por sua atuação em teatro.

³⁰ José Antônio Coelho Neto chefiou o Estado-Maior do Exército entre 1930 e 1932, passando ao comando da Escola de Estado-Maior em 1933. Dois anos mais tarde foi designado comandante da Aviação Militar, período em que integrou a Comissão Nacional de Repressão ao Comunismo e participou das reuniões que forjaram o Plano Cohen, até ser exonerado do cargo, em novembro de 1937.

³¹ Gil Vicente (1465-1536), dramaturgo português, escreveu, entre outras peças, “Quem tem farelos?” (1515).

fazendo nada. Estou saindo de um lugar, ia comer alguma coisa, talvez eu fosse ao cinema...” Ele falou assim: “Então, vai comigo ali na biblioteca, que está havendo um Congresso Brasileiro de Escritores.” Nesses congressos de escritores, sempre tem muito canastrão, tem muito Antônio Olinto.³² Meu irmão não tinha o que fazer, foi lá e sentou-se na primeira fileira do congresso. A mesa diretora do congresso, aquelas figuras falavam tanta abobrinha, tanta coisa, que meu irmão começou a dar palpites. Aí, o sujeito falou: “O senhor está muito interessado, o senhor já falou o nome? Qual é o seu nome?” Ele falou: [ênfase] “Coelho Neto.” Aí, o sujeito: “Então o senhor vem aqui para a mesa.” Ele foi para a mesa! Terminou dirigindo o debate. Eu nunca vi uma coisa tão empírica, tão ridícula. Vem um sujeito, encontra com outro na rua, vai assistir a um congresso e termina na mesa diretora do congresso. Mas isso era o Brasil da época, que aliás não mudou muito.

Meu irmão escreveu uma palestra também sobre Freud, o meu irmão do meio, Nelson Coelho, que depois se tornou escritor e foi quem divulgou o zen-budismo no Brasil através do suplemento do *Jornal do Brasil*, onde logo depois chegou o Armando.³³ Meu irmão foi quem escreveu os primeiros livros, traduziu os primeiros contos, fez muito artigo, muita palestra sobre o zen-budismo. Hoje ele fica quieto lá onde mora, em São Paulo. Ele também trabalhou em teatro. O TBC pagava uns cachês para você ser figurante, aquelas peças: Cacilda Becker, a irmã dela, a Cleide Iáconis, Paulo Autran, Renato Consorte no fim, Abílio Pereira de Almeida, Ícaro Becker... Tinha diretores estrangeiros que vinham: Adolfo Celi – nós fomos ao aeroporto esperar o Adolfo Celi; Aldo Calvi, que era cenógrafo italiano na época; Ruggero Jacobi... Era uma turma boa.

Então, quando eu comecei a passar para propaganda, comecei a ver que a minha formação adiantou bastante. Não para fazer um *briefing* ou um texto nem nada disso, mas o ambiente que a gente tinha. A gente ia para a biblioteca que era de graça, Biblioteca de São Paulo. Reynaldo e eu andávamos pela linha do bonde porque o pessoal, quando pagava, caía moeda. O sujeito tirava dinheiro do bolso, caía moeda e nós catávamos moeda, catávamos passe de bonde, que seria hoje o vale-transporte, mas você comprava. Não era lei trabalhista. Era um passe de bonde e o passe passou a ser uma moeda. Destacava-se o passe e então muitos passes caíam, quando o condutor pegava. Tinha aquele famoso provérbio: tudo no mundo é passageiro, menos o condutor e o motoneiro. É genial isso. Era o auge da Light, Light & Power.

I.S. - Mas essa frase é uma frase de propaganda?

E.C. - Não, não. Essa era uma frase que se falava por aí. Lá nos bondes tinha outras frases, os bondes tinham os anúncios, nós líamos muito. Daí o Rum Creosotado. Essas coisas são clássicas.

I.S. - Essa fase que o senhor está contando de andar pelo trilho do bonde ainda era em São Paulo?

³² Antônio Olinto, poeta, romancista, ensaísta e crítico literário. Escreveu em *O Globo* ao longo de 25 anos e colaborou em jornais de todo o Brasil e de Portugal.

³³ Refere-se a Armando Strozenberg, jornalista, que teve atuação destacada no *Jornal do Brasil*, entre 1965 e 1974, como repórter, editor e correspondente internacional. Transferindo-se para a iniciativa privada, fundou a agência de publicidade Estrutural, em 1975, em sociedade com Rogério Steinberg. Em 1983, fundou a Comunicação Contemporânea, em associação com Mauro Mattos. Foi eleito presidente da ABP – Associação Brasileira de Propaganda em 2001 e 2003.

E.C. - Tudo isso em São Paulo. Teatro TBC também em São Paulo. Aí, meu irmão já começou a fazer teatro no Sesi.³⁴ Ele fazia teatro em bairros operários e fábricas, onde começou depois o Sesi a fazer mais coisas. Era uma época muito legal para a gente nesse sentido, mas a gente não virou o chamado intelectual mesmo. Todos tínhamos que ganhar a vida e ninguém queria se arriscar a ficar escrevendo poesia ou fazer... A gente terminava em rádio, jornal, televisão. Foi o que eu fiz.

I.S. - Aí, você veio para o Rio, ficou na Arco-Artusi por pouco tempo.

E.C. - É, fiquei muito pouco tempo na Arco-Artusi e cometi um erro. O diretor da Arco-Artusi no Rio tinha mudado de apartamento – ele tinha um apartamentinho na Djalma Ulrich e falou: “Vai morar lá.” Apartamento mobiliado, daqueles que tinha meio quarto, meia sala. Reynaldo e eu fomos morar lá nesse apartamento.

I.S. - Ah, porque ele também veio?

E.C. - O Reynaldo depois veio para o Rio. Depois desse episódio do apartamento, eu importei o Reynaldo para cá porque, quando nós combinamos vir para o Rio nos anos... Logo depois que eu saí da McCann, meu irmão Nelson, Reynaldo Jardim e eu combinamos todos de vir para o Rio escondidos, sem avisar ninguém. Marcamos às 6h da manhã na esquina lá em Vila Mariana, íamos para a estação com a famosa mala sem alça – era realmente uma correia amarrada debaixo do braço. Aí, na hora de vir para o Rio, um chegou lá e falou: “Olha, meu pai descobriu.” Aí o meu irmão Nelson falou: “Essa aventura não está com nada.” Eu tinha um tio que morava aqui em Vila Isabel. Peguei um trem, fiz amizade com um sujeito vindo para cá e falei para ele: “Eu não tenho nenhum dinheiro.” Eu queria descer do trem e ir a pé para a casa do meu tio. Ele falou: “Então, desce em Cascadura.” Eu desci em Cascadura, para a Vila Isabel tinha uns 30km [riso]. Com a mala embaixo do braço. São coisas já passadas.

Então, nessa época da Arco-Artusi...

L.H. - Na Arco-Artusi, o senhor trabalhou também em redação?

E.C. - Redação. Eu vim para ser redator. Eu tinha saído da McCann, eu era o maior redator do mundo. Aí, vim aqui fazer redação, mas a rigor acabei fazendo atendimento e fazendo tudo porque eram muito precárias as condições. Tinha uns dez funcionários. Eu comecei a conhecer gente da Standard, principalmente o Licínio de Almeida, o José Orlando Loponte, acho que tinha o Nelson Jungblut, que depois foi para a Vale. Tinha uma série de pessoas. E quando eu saí da Arco-Artusi, indo embora de moral altíssima – “O senhor pega esse emprego e faz o que o senhor quiser com ele que eu vou embora” – , ele falou: “Antes, me deixa a chave do apartamento que é meu.” [Riso.] Aí, literalmente, fiquei na rua, procurei o Reynaldo e falei: “Reynaldo, não temos onde dormir.” Encontrei-me na rua com uma figura que eu já tinha conhecido, também nessa época, que não esqueço até hoje. Não o vejo há muitos anos. Era um sujeito chamado Carlos Pedregal, que na época era intitulado professor Baskaran. Era um espanhol, eu acho que ele era de Oviedo, um espanhol 100%, mas a família veio para a Argentina. Ele nasceu na Espanha, veio para a Argentina, as coisas não davam certo na Argentina e ele veio para o Brasil. E ele tinha um dom – depois ele tornou-se importante na publicidade também – que era hipnotizar as pessoas. Hipnotizava assim [batendo na

³⁴ Sesi: Serviço Social da Indústria.

mesa]: “Você não se mexe mais.” Você ficava gelada, dura. Ele falava: “A sua mão não sai mais daí.” A pessoa levantava e a mão não saía da mesa.

I.S. - Ele era publicitário?

E.C. - Ele era psicólogo. Mas, como bom argentino, era *sicólogo*. Ele não pronunciava o *p*. E depois ele foi publicitário. Foi uma espécie de diretor de propaganda da Imobiliária Nova York, no auge do *boom* imobiliário no Rio de Janeiro, e trabalhou comigo na Rádio Globo. Ele me ajudou muito, foi um cara muito legal. Tinha punhos feito o Mozart Santos Mello: abotoadura, colarinho, paletó, jaquetão do Sarney, tinha aquelas coisas todas. Falou comigo: “Não, vocês não ficam na rua, vão morar comigo. Vocês ficam comigo, você dormem na sala, tem um tapete lá.” Ele era casado com a Marisa Duarte, que tinha se separado do Lima Duarte. Ele estava morando com ela e ela era casada com um americano, que é o pai da Débora Duarte, essa atriz redondinha. Aí, nós ficamos lá com a Débora no colo.

L.H. - A Débora, então, não é filha do Lima Duarte.

E.C. - Não. Ela é filha de um americano com a Marisa Duarte. Isso não sei se é público ou não, mas na época era. E a Débora ficou lá no nosso colo, eu e o Reynaldo ficamos de *baby-sitter*... Nós dois sem emprego, a gente comprou um cacho de bananas e ficávamos comendo banana. Era um apartamento na Lagoa pequenininho e muito legal. Lá, o Pedregal hipnotizava a gente e tinha clientes, ele fazia testes, essas coisas. O Pedregal já estava fazendo uns testes, umas coisas no *Globo*, eu fui ajudar ele na Rádio Globo e fiquei lá como assistente de publicidade com o Sílvio Behring, que foi uma grande figura da ABP. Ele era um diretor do *Globo* e da Rádio Globo. A Rádio Globo era uma coisa nova, nós estamos falando de 51. Eu fui para a Rádio Globo, e lá o Behring ficou muito meu amigo. Ele era diretor comercial do *Globo* e passava pela Rádio Globo, que era ali no edifício da Associação Sul-Riograndense, onde era o Cineac, aquele cinema em que o espetáculo começa quando você chega, eram filmes que não acabavam nunca, uma tragédia.

I.S. - E você fazia o quê, no departamento comercial?

E.C. - Eu revia texto para ver se tinha 30 palavras, 20 palavras. E via uma parte de divulgação, de mandar nota para os jornais. Era no começo. A Rádio Globo teve o momento de glória depois, com o Carlos Lacerda, em 54, com Getúlio, aquela coisa. Antes disso era uma rádio comportada. O grande negócio era *O Globo*. A Rádio Globo era uma coisa meio de lado. Dr. Roberto – acho que cheguei a ver ele uma vez ou meia vez lá – não ia lá nem nada. Era uma coisa mais do Luís Brunini. Tinha futebol e tinha aquelas entrevistas de noite. Era uma rádio média. Não era uma Nacional, uma Mayrink, uma Tamoio, nem como foi a Jovem Pan em São Paulo. Era uma rádio média e quieta.

L.H. - O Sílvio Behring tinha sido presidente da ABP em 45.

E.C. - Ele foi no começo. O Behring era um sujeito muito metódico, organizado e paciente. Ele me disse: “Olha, houve um problema na Sears – que estava se instalando aqui no Brasil. Um gerente de propaganda da Sears misturou o dinheiro dele com o dinheiro da Sears, o dinheiro do veículo, a autorização com a porcentagem, corretagem,

o diabo a quatro.” Esse sujeito desapareceu, não cheguei a conhecê-lo. E eles queriam uma pessoa que soubesse redação e que acumulasse a responsabilidade, fosse uma espécie de gerente de publicidade. Eu fui para lá. O próprio Sílvio Behring foi quem me liberou. Ele disse: “Edeson, você vai ficar aqui na rádio, correndo de um lado para outro? A Sears é a grande escola de varejo do mundo.” E a Sears tinha ar-condicionado, escada rolante, tinha um amendoim que eles faziam em uma panela que deixava um cheiro incrível, e aí nós estávamos com os americanos na Sears. Eu acho que tinha um sujeito que se chamava Roy Rogers, que era o gerente de *marketing*. O mesmo nome do Roy Rogers e o Silver, o seu cavalo.³⁵ E na Sears, além de uma escola muito boa, eu comecei a ver... A Sears produzia de 15 a 20 páginas inteiras de jornais por semana. Páginas de quadradinhos recortados do catálogo do produto. Estava vendendo uma enceradeira, geralmente vinha aquele folheto ou catálogo ou manual do produto. Recortava aquilo, diminuía e montava aquelas páginas.

I.S. - Um encarte então?

E.C. - Era um encarte ou eram páginas, às vezes. Tinha o cabeçalho, sei lá: “Liquidação de moda.” Na Sears tinha uma moça que tinha vindo dos Estados Unidos, tinha estudado arte, desenho, na Califórnia, California College of Arts and Crafts. Chamava-se Dulce Magno de Carvalho, com quem eu me casei. A Sears não permitia marido e mulher trabalhando juntos. Os americanos eram brabos na época. As leis eram muito difíceis. Você batia ponto e, se você batesse o ponto cinco minutos a mais, eles pagavam esses cinco minutos extras. Eles eram muito corretos. Corretos e exigentes também. E a Sears tinha aquele cheirinho de americano. Então, eu me casei com ela, ela saiu e logo depois eu saí. Antes ela tinha trabalhado na Exposição Modas. Com quem? Sepp Baendereck, Geraldo Alonso e Jurandir Ulisses Arce. O Arce foi o grande superintendente comercial da Rede Globo. Geraldo Alonso era gerente de propaganda da Exposição Modas. E o Sepp Baendereck era produtor. Não, o Arce eu acho que era o produtor. O Sepp era desenhista, uma coisa assim. Você não chegou a conhecer o Sepp?

I.S. - De nome, muito.

E.C. - Fez a Standard Propaganda. Era uma figuraça. Então, na Sears, eu era uma espécie de gerente de propaganda. Tinha que atender os veículos, jornal, rádio, tinha que ser responsável pela produção, por 15, 20 páginas de quadradinhos dos anúncios. Raramente uma ilustração maior. Era tudo quadradinho. A Sears acabou com esse papo... Era: “Geladeira, tantos pés, tanto de garantia, custa tanto, tanto por mês.” Ponto. Não era o Lord and Taylor nem o Sacks Fifth Avenue. A Sears era da pesada.

I.S. - E esse tipo de anúncio começa mais ou menos nessa época, com a Sears?

E.C. - Eu acho que tinha um pouco... A Mesbla, a Exposição faziam muita firula, eu tenho a impressão. Quem botou os quadradinhos no tamanho certinho e controlava por venda durante a semana, se o quadradinho maior, se um adjetivo melhor, se uma ilustração melhor vendia... Nisso aí, foi a grande escola. Parou com o “Deixa comigo que eu sei, vamos lá, sou mais eu”. Não. Eles botaram o negócio nos trilhos. Quanto

³⁵ Roy Rogers, nome artístico de Leonard Franklyn Slye (1911-1998), cantor de música *country* e ator cinematográfico de filmes de *cowboy*. Em diversos de seus filmes, contracenava com o caval Trigger. Silver era o cavalo de outro personagem, John Reid, o Cavaleiro Solitário.

custa esse espaço, quanto é etc. E também negociavam esse espaço com os grandes fabricantes, não naquele vício brasileiro que era negociar espaço e pagar menos para o jornal. Pegavam a tabela do jornal e diziam: “Eu estou aqui fazendo um anúncio do seu liquidificador Walita, esse anúncio pela tabela custa mil reais. Então, você me dá em descontos no pacote, aqui para a loja, porque eu estou pagando para você mil reais. Estou comprando mil liquidificadores, mas vou botar a marca de vocês no jornal.” A Sears também botou os problemas éticos, como a McCann-Erickson, como a Thompson etc. Também disciplinou a liberalidade que havia. As lojas, até 60, por aí, ganhavam algum dinheiro para anunciar porque elas pagavam dinheiro de todos os fabricantes. É duro isso, não?

I.S. - Elas cobravam dos fabricantes?

E.C. - Cobravam dos fabricantes, dizendo: “Está aqui o anúncio, nós vamos usar um terço do anúncio com a Walita, então tem seu nome, tem o seu *slogan*, tem a foto, tem tudo isso aí, mas nós não vamos bancar isso sozinhos. Eu estou comprando cinco mil liquidificadores de vocês e vou pagar quatro mil, ou pagar 3.500. E ninguém engana ninguém.” Os fabricantes de alguma maneira sabiam porque as tabelas de jornais tinham um componente de inflação, um componente de grandes agências que pagavam adiantado por um ano o jornal...Tinha mil mumunhas e mutretas.

L.H. - Era um campo em aberto.

E.C. - Era, mas não era selvagem, era aceito. Feito um plantador de cacau na Bahia que tem amante, você entende. Ele vai lá para o cabaré, toma lá umas coisas, tem amante e a mulher dele sabe, todo mundo sabe. Era aceito e era meio “me engana que eu gosto”. Eu não sei se alguém enganava alguém. Mas era brabo isso também. A Sears teve uma contribuição muito grande. Eu às vezes exagero, minha mulher principalmente... Essa senhora com quem eu me casei morreu, mas antes eu já tinha me desquitado dela e casei-me com a Norma Peixoto, responsável por tudo isso aqui. Mas então, nessa parte, a Sears deu uma organização, ela botou ordem na casa porque eram *tycoons* tipo a família Carvalho, quer dizer, o Lauro de Carvalho, o da Exposição Modas, que era a Clipper em São Paulo, a Big Lar, depois virou a Ducal, de onde saiu a *house agency* deles, que era a Denison, depois que saiu a Decred, que terminou virando Rio-Sul, onde está o Zé Luiz Moreira de Souza, que foi um grande *tycoon* que financiou esse prédio...

I.S. - O que é isso, *tycoon*?

E.C. - *Tycoon* seria o Lee Iacocca, Antônio Ermírio de Moraes. Só que um *tycoon* tem uma conotação também de bater na mesa, virar a mesa. Tem um romance famoso, *The last tycoon*, que é de Sinclair Lewis?³⁶ É algo entre empresário e sujeito voluntarioso e de muito talento, que diz assim: “Vende isso, joga isso fora, isso não vai dar certo, rasga essa porcaria, eu acredito nisso, vamos lá.” De repente, o dono da Churrascaria Marius pode ser um *tycoon*. São terríveis, como foi o Sérgio Dourado e outras figuras. Alguns quebraram a cara, aquele Linaldo Uchôa de Medeiros, na Lume, aquela empresa imobiliária, ficou aquele buraco em frente ao BEG, ali na cidade.³⁷ Então, estávamos...

³⁶ *The last tycoon*, traduzido para o português como *O último magnata*, é de Francis Scott Fitzgerald. Foi publicado em 1941.

³⁷ BEG: Banco do Estado da Guanabara.

L.H. - Estávamos nessa organizada que a Sears deu.

E.C. - Nessa organizada, mas sem grande prepotência. Eles eram muito fechados. A Sears não entrava em coquetéis, badalações, festivais. A grande escola da Sears era reembolso postal nos Estados Unidos no começo do século. Eles, Wanamaker e outros, eram grandes mestres da redação de anúncios para você fazer a encomenda pelo reembolso.³⁸ Aqui no Brasil eles vieram com loja, eles tinham muito poucas lojas, nenhuma em Nova York. Tinha em Chicago uma grande, que era a Sears Tower, mas eles não tinham muita coisa assim.

L.H. - O que é essa escola de reembolso?

E.C. - Você compra pelo correio. Aparece um anúncio, geralmente nessas revistas de circulação nacional, dizendo “Compre uma dúzia de copos”, aí vem o desenho do copo, você manda para lá um cupom dizendo “Quero seis copos”, depois eles entregam. Nos Estados Unidos, o correio era uma instituição irrepreensível em termos de confiabilidade. E tinha o COD, charge on delivery, em que você comprava e mandava o vale postal, também pelo correio, com o dinheiro, eles recebiam e mandavam a mercadoria. E tinha outra que era Charge on Delivery, que entregava em casa e você pagava. O carteiro recebia aquilo e mandava o dinheiro de volta para o fabricante. Então, era coisa de bilhões de dólares na época. A Sears veio para cá e não trouxe essa escola porque chegou aqui e viu que o correio não funcionava. E, quando funcionava, coitado, era desacreditado. A reputação do correio era muito ruim e então o que aconteceu foi isso: a Sears veio para cá como grande loja de departamentos. Eles tinham muita loja de departamentos, devia ter umas trezentas, mas mais no interior dos Estados Unidos. Eles vendiam principalmente para a zona rural.

I.S. - Catálogo também, não?

E.C. - O catálogo da Sears era, no começo do século, nos anos 20, o retrato da sociedade americana. Era grande, um livro. Seria uma lista de telefones de Manhattan. Era um livro desse tamanho onde você tinha tudo. Acreditem ou não, os americanos que vieram para o Brasil já no governo Nixon... O governo Nixon tinha 350 casas para o Ponto IV, ajuda à universidade, fundação...³⁹ Toda a parafernália americana. Eu estou falando dos anos 58, 60, por aí, com Nixon no governo.⁴⁰ Eles alugavam a casa aqui e tinham um avião *shuttle flight*, acho que semanal, que trazia para eles tudo dos Estados Unidos, pelo catálogo da Sears. Eles reuniam a família na quinta-feira e marcavam: leite condensado, liquidificador, um sofá, uma enceradeira, farinha de trigo – Betty Croker, na época –, maisena, davam a lista e vinha uma caminhonete que entregava para eles. Eu conheci vários americanos assim, porque eu aluguei uma casa para americano aqui durante muitos anos. Aqui no Brasil, a Sears acabou tendo um fim melancólico. Foi embora. Trancou a porta, saiu pela outra. Como também, com o aparecimento dos *shoppings*, onde é que foi parar a Mesbla? O *shopping* acabou fazendo o que era uma loja de departamentos com mais individualidade, com mais personalidade.

³⁸ Em 1876, John Wanamaker fundou a loja de departamentos Wanamaker.

³⁹ Em discurso no início de 1949, o presidente norte-americano Harry S. Truman (1945-1953), destacou quatro aspectos prioritários de sua política externa. O quarto item enunciado pelo presidente dizia respeito à ajuda aos países em desenvolvimento e ficou conhecido como Ponto IV.

⁴⁰ Richard Nixon foi presidente dos Estados Unidos de 1969 a 1974.

[FINAL DA FITA 2-A]

E.C. - E hoje, nos Estados Unidos, você só tem mesmo o Sacks... Wanamaker acabou, Gimbels acabou, o Macy's se associou ao Burdines de Miami, mudou muito. As coisas mudaram muito.

I.S. - Você ficou de 52 a 53, só, na Sears? Saiu como?

E.C. - Eu acho que pela escada rolante [risos]. Eu não sei como saí, de táxi na época. Eu fui para *Reader's Digest*...

L.H. - E a Rádio Continental?

E.C. - A Rádio Continental! Agora que estou me lembrando... A Rádio Continental foi uma loucura. Era dos irmãos Berardo, Rubens Berardo, Carlito Berardo. Eles moravam ali em Laranjeiras. Eles eram meio casados com os Carneiro da Cunha, com os Othon Bezerra de Mello. São os do Nordeste. Rubens Berardo queria ser político também... Ele chegou a ser vice-governador, não me lembro com quem, mas ele foi vice-governador do estado do Rio ou da Guanabara, acho que foi do estado do Rio.⁴¹ E o Rubens Berardo fez essa rádio, que era a Emissora Continental, onde ele tinha algumas figuras. Uma delas foi Gagliano Neto. O Gagliano Neto era o grande locutor dos jogos de Brasil e Argentina nos anos 30, ele brigou com o microfone na mão em Buenos Aires, saiu de lá correndo. Ele era um grande locutor e um homem muito inteligente e ambicioso. Leonardo Gagliano Neto. E tinha, depois dele, Oduvaldo Cozzi, Valdir Amaral. O Haroldo Barbosa disse que o Valdir Amaral tinha voz de papoula [riso], eu nunca soube o que era isso. Fui para a Emissora Continental levado por um sujeito que ia muito à Sears falar comigo: Murilo Pereira Reis. Esse foi outro publicitário importante. Ele morreu relativamente cedo e era um diretor da Emissora Continental. E as ambições dos Berardo eram... Eles compraram também uma outra rádio, acho que era a Cruzeiro do Sul. Eles compraram a Flama, uma empresa de produzir filmes, uma produtora que na época também tinha o recém-exemplo da Vera Cruz, o exemplo da Cinédia... Então, eu fui lá cuidar de publicidade, promoção de vendas, essas coisas, e ficou comigo também a Flama. Eu acho que eles chegaram a fazer um filme lá... Acho que era *Uma agulha no palheiro* ou *Uma pulga atrás da orelha*. Olha, mas era o auge da canastrice, tudo muito ruim. E eu fiquei na Emissora Continental até a hora...

Tem passagens lá interessantes. Uma delas é que eles começaram o negócio de permuta, na Emissora Continental. Eles trocaram com a Propag, era uma empresa – não confundir com Propeg – que representava a Dodge, Chrysler no Brasil. Eles precisavam de caminhonetes para a reportagem e fizeram uma permuta [riso], devia levar uns 20 anos para pagar em textos de publicidade algumas caminhonetes da Propag. Então, tinha “Os Comandos Continental usam carro Dodge, que não pode parar nem falhar” e o diabo a quatro. O negócio, claro, não andou direito porque o Rubens Berardo era muito interessado em outras coisas, em política. Nessa época, a Continental estava em muita

⁴¹ Rubens Berardo Carneiro da Cunha foi eleito deputado federal duas vezes pelo Rio de Janeiro nos pleitos de 1954 e 1958. Em 1960, com a transferência da capital para Brasília, passou a representar o estado da Guanabara e, em 1962, obteve mais um mandato de deputado federal por esse estado. Foi vice-governador da Guanabara, no mandato de Francisco Negrão de Lima (1965-1971). Elegeu-se deputado federal mais uma vez em 1970. Não concluiu o mandato porque foi assassinado três anos mais tarde.

dificuldade e não pagava muito, não era muito chegada a pagar os salários. Você trabalhava no rádio, tinha orgulho de falar no microfone, de aparecer nos lugares, essa coisa toda, mas dinheiro mesmo não saía muito. Tem duas coisas aí. Quem trabalhava em escritório tinha dificuldade; quem tinha microfone se virava. Voltamos ao locutor que fala: “Pelo meu Eternamatic, faltam cinco minutos para terminar o jogo.” E passava na Eternamatic e apanhava uma grana. Então, o locutor de rádio apanhava o que podia. Não todos obrigatoriamente. Mas apanhava. Aquele negócio assim: “Oh, meu grande Artur Sendas – era o pai do Artur Sendas –, um abraço, passo lá na sua casa para o churrasco, aquela deliciosa salsicha Sadia. Você me espera lá com essa salsicha...” Você entende? Hora certa, então, não tinha como, ele tinha que olhar o relógio e falar: “Pelo meu Patek Philippe não sei o quê, dez minutos de jogo.” E tinha as bolas também, material esportivo, tinha tudo. “Fulano, com suas chuteiras não sei do quê.” “Camisa da Rhodia, Valisère...” Então, quem trabalhava em escritório morria à míngua, que era o meu caso e de outros. Aí eles começaram a pagar em pneus [riso]. Eles fizeram uma permuta e davam pneus. Você toma metade em pneus e metade em salário.

I.S. - Pneu?

E.C. - Pneu, pneu de carro. Aí você tinha que arrumar uma caminhonete para tirar os pneus de lá e vender em um mercado negro qualquer. Um dia eu fui ao diretor-geral, que era o Carlito Berardo, irmão do Rubens Berardo, e falei com ele: “Carlito, você não leva a mal não, mas eu queria um aumento.” Ele falou: “Impossível, você sabe a situação aqui!” Eu falei: “Não, é que eu estou ganhando em pneus e queria pneu banda branca...” [Risos.] Me mandou para fora da sala, mas era engraçado isso.

Tinha a minha inquietação, minha ambição e tinha a precariedade também das empresas. Chega uma hora em que você fala assim: “O que eu estou fazendo aqui? Isso está falindo, o sujeito com quem eu trabalho não tem muito interesse...” Mas isso tudo, eu usei muito até os 30 anos. Quer dizer, era uma maneira de você estudar. Eu, que não tinha completado o colégio nem nada, falei: “Preciso ouvir as coisas.” Não sou super-homem não, levei uns 50 e tantos anos para botar essa coisa, não foi fácil. Para aprender inglês, eu levei uns 30 anos. Nunca estudei na vida. Soube tudo de orelha em televisão, é difícil você ouvir televisão e música e cinema, e aprender uma língua sem estudar. Eu não estou contando como farol, estou contando como sacrifício e dedicação. Não para dizer: “Aprendi inglês *just like that*.” Não foi *just like that*, foi *the hard way*. Bom, aí eu fui para o *Reader's Digest*.

L.H. - Nesse mesmo ano de 53.

E.C. - É. Houve uma coisa. A minha casa, em termos sentimentais, era a Thompson, por causa de Caio Domingues, Augusto de Ângelo, José Roberto Penteado – não confundir com o filho, que é José Roberto Whitaker Penteado.⁴² Era um sujeito que era produtor do melhor que eu vi, de rádio, de novela, de programa de rádio, essa coisa toda, e eu era muito amigo dele. O filho depois foi diretor da Escola Superior de Propaganda. Então, eu freqüentava muito a Thompson.

⁴² José Roberto Whitaker Penteado Filho, jornalista, professor, consultor de empresas e escritor. Exerceu funções executivas em empresas brasileiras e multinacionais como Reckitt & Colman, Editora Abril, Almap/BBDO e L'Oréal. É membro do Conselho Superior da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e dirige o Instituto Cultural da ESPM, em São Paulo.

L.H. - Por quê?

E.C. - Porque eram amigos comuns. E a Thompson, como era uma agência americana, quando eram 5h da tarde, a Thompson parava e eles continuavam lá conversando, tomavam uísque, jogavam baralho, faziam brincadeiras, faziam piadas. Era uma turma boa. Então, eu saía de onde eu estava trabalhando ou encontrava-me com eles no domingo. Mesmo depois, nos anos 58, 59, eu já no *Jornal do Brasil*, ia muito no fim do dia para a Thompson, ou a gente se encontrava no almoço. A Thompson me deu... É uma história engraçada. Uma vez, não sei se era meu aniversário, não sei o que eu fiz, eu já estava no *Jornal do Brasil*, que era na avenida Rio Branco, fui encontrar com o pessoal no almoço. A gente almoçava no Dirty Dick, um restaurante meio *smorgasborg*, meio sueco, que tinha ali perto do Mosteiro de São Bento. Ia todo mundo, não era intelectual nem sofisticado, era um lugar onde ia gente meio diferente. Às vezes a gente almoçava naqueles restaurantes ali perto da Thompson, que ficava na rua Uruguaiana esquina com Presidente Vargas, onde hoje eu acho que é a Eletrobrás e já foi a Light. Nesse dia, eu não sei o que eu fiz, que eles resolveram me dar um presente nesse almoço, um embrulho grandão. Quando eu desembulhei o embrulho, era uma picareta porque eu estava no *Jornal do Brasil* matando cachorro a berro. O *Jornal do Brasil* não tinha a posição que veio a ter e que hoje não está tendo de novo. Então, me deram uma picareta. Eu desembulhei a picareta, disse umas palavras de agradecimento e fiquei com aquela picareta na mão. Na época, o auge do publicitário era um terno tropical brilhante, meio metálico, quando batia a luz em você, parecia aquele homem de alumínio do *Mágico de Oz*. Aí eu falei: “Bom, não tem outra maneira, eu não vou ser deselegante.” Botei a picareta nas costas, já desembulhada, e vim pela avenida Rio Branco. E o *Jornal do Brasil* tinha um prédio antigo, tradicional, quase ninguém lembra. Foi o prédio mais alto da América do Sul, quando se fez, em 1904. Era uma catedral esse prédio, de bonito. E, claro, tinha um elevador desses de porta pantográfica, muito pequenininho. Quando eu vou chegando no *Jornal do Brasil*, tinha aquele saguão onde vendia também, tinha uma fila de anúncios classificados. O sujeito falou: “Sobe!” Eu corri para o elevador e entrei de picareta. Quem estava no elevador? Condessa Pereira Carneiro [riso].⁴³ Ela olhou para mim: “Seu Edeson.” Eu falei: “Senhora Condessa.” Subimos os dois quietos [risos]. Eu de terno, uma picareta nas costas. Àquela altura, vocês acham que eu podia explicar para d. Maurina Dunshee de Abranches, condessa Pereira Carneiro, que eu fui num almoço e ganhei uma picareta? Eu não falei nada, ela nunca falou comigo também. Era uma figura muito legal, dona condessa, como a gente falava. Bom, eu estava na...

I.S. - No *Reader's Digest*.

E.C. - É. O *Reader's Digest* chamava-se formalmente Editora Ipiranga. Porque tinha em São Paulo uma empresa gráfica que se chamava Ipiranga. Bom, a Editora Ipiranga era uma maneira de o *Reader's Digest* ter uma empresa brasileira. O *Reader's Digest* era o grande cliente também da Thompson nos Estados Unidos há duzentos anos. É preciso notar que o *Reader's Digest* foi a maior tiragem dos Estados Unidos e aqui também chegou a ser a maior. Quando veio para o Brasil se instalou meio provisoriamente no

⁴³A Primeira Guerra Mundial trouxe dificuldades para *Jornal do Brasil*, fundado em 1891, devido ao enorme aumento do preço do papel. Como consequência, seus proprietários hipotecaram a empresa ao conde Pereira Carneiro, que assumiu o jornal em 1919. Em 1954, com o falecimento do conde, o jornal passou a ser dirigido por sua esposa, Maurina Dunshee de Abranches Pereira Carneiro, a condessa.

prédio da Thompson. Depois mudou-se para a Candelária, perto da igreja da Candelária, já no começo da avenida Presidente Vargas. Então, o *Reader's Digest* instalou-se lá, mas era com muita influência da Thompson. Eram escolas diferentes, mas o Time Life, o *Reader's Digest*, a Thompson eram uma espécie de *private club* – e são bem diferentes da McCann nisso, não sei por quê... Tínhamos que fazer um estudo mais avançado. Eles pareciam organizações sem fins lucrativos. Não eram, mas pareciam. O *Reader's Digest* servia chá às 4h da tarde, vinha um sujeito de branco, impecável, e servia chá. Todo mundo tomava chá, conversava, vocês entendem? Trabalhava lá gente muito legal. Esse J. J. Veiga, que hoje é um grande escritor, o Tito Leite, a Ismênia trabalhou lá também, aquela moça que eu falei.⁴⁴ Então, o *Reader's Digest* tinha uma turma muito boa. E a Thompson tinha o Orígenes Lessa, o Augusto de Ângelo, esse José Roberto Penteado, Carlos Lage, que era sobrinho direto do Henrique Lage, depois casou-se com a Besanzoni Lage, do Parque Lage, onde o Carlinhos Lage morava.⁴⁵ Ele fazia RTV na Thompson.⁴⁶ Caio Domingues. Eu conheci o Caio em 47 e fiquei amigo dele até ele morrer, agora. Nós andávamos juntos, viajávamos juntos. Então, eu ia para a Thompson e ficava conversando lá. Quando a Thompson falou “O *Reader's Digest* está precisando de um gerente de circulação e promoções”, eu, que já estava matando cachorro a berro em outros lugares, fui para o *Reader's Digest*.

O *Reader's Digest* foi outra escola boa de promoções, de distribuição, de venda de assinaturas, também de princípios éticos assim impecáveis. Ela vinha do DeWitt Wallace e da mulher dele, Lila Acheson Wallace, um casal americano que fez o *Reader's Digest* nos anos 20 e tocou aquilo com grande carinho. Eu substituí um pouco o Saulo Guimarães, que se casou e tirou umas férias grandes, era o diretor de publicidade. Acabei substituindo ele um tempo em São Paulo. Eu cuidava aqui junto ao Fernando Chinaglia, que os americanos chamavam de Canalha...[riso] O Chinaglia era também a grande distribuidora do Brasil, que tinha dois grandes clientes: *Tio Patinhas* e o *Reader's Digest*. *Tio Patinhas* foi o começo do Civita, que é outra grande escola também. O Vitor Civita tinha vindo da Argentina, onde o irmão dele ficou. Aliás, eu acho que são judeus italianos que foram para o Egito e do Egito vieram para cá. Mas isso não tem nada a ver.

I.S. - O *Tio Patinhas*? Quer dizer, não era o *Pato Donald*?

E.C. - Não, era o *Pato Donald*! Perdão, pelo amor de Deus. O *Pato Donald* chegava a vender trezentos, quatrocentos mil exemplares. Era uma loucura. Depois é que a Abril, começando eu acho que com *Quatro Rodas*, com a *Claudia*, com outras coisas, eles, para ter prestígio, uma importância etc., lançaram a *Veja*.

L.H. – A Editora Abril é fundada pelo Vitor Civita, em sociedade com o Grupo Schimidt de Vasconcelos Gordiano Rossi, em 1950.

E.C. - Gordiano Rossi. O filho do Rossi andou pela Editora Abril até há pouco tempo, era vice-presidente porque tinha algumas ações.⁴⁷ O Chinaglia tinha um monte de revistas, mas o pinga-pinga mesmo, o dinheiro, a grana boa vinha do *Reader's Digest*.

⁴⁴ José J. Veiga (1915-1999) integrou a equipe da BBC de Londres, no final da década de 1940 e, de volta ao Brasil, escreveu em *O Globo* e *A Tribuna da Imprensa*. Publicou livros como *De jogos e festas* (1981), *Aquele mundo de Vasabarro* (1983), *O risonho cavalo do príncipe* (1993) e *Objetos turbulentos* (1998).

⁴⁵ Gabriella Besanzoni Lage.

⁴⁶ RTV: departamento de rádio e televisão da agência.

⁴⁷ Ângelo Rossi.

L.H. - O Chinaglia estava onde?

E.C. - O Chinaglia ficava também na Presidente Vargas, eu acho que um prédio antes da Thompson, ali no começo da Presidente Vargas. E o Chinaglia instalou uma grande distribuidora na rua Teodoro da Silva.

I.S. - Ah, o negócio era distribuição.

E.C. - Distribuição. Ele distribuía. Eu acho que ele começou com algumas revistas, alguns jornais, depois ele acabou sendo o homem forte do esquema do *Reader's Digest*. O Chinaglia era um cruzamento de *capo* mafioso com camisa de seda creme, prendedor de gravata de ouro, anelão aqui, umas 50 facas na mesa, aquelas facas de abrir cartas, apertava um botão e tinha uma falsa estante atrás que abria uma porta, virava a porta e ele saía para ir ao banheiro, voltava e ficava limpinho assim. Era uma figura. Aquele sujeito que abre a porta, a secretária fala: “Fulano está aqui.” Apertava um botão e a porta abria, a pessoa entrava. Mas era uma figura assim...

L.H. - Cinematográfica.

E.C. - Era cinematográfico, ele era um *capo*, mas no fundo era um sujeito generoso com os filhos, os cunhados... Não sei se isso é pertinente agora, mas toda a distribuição de jornal, serviço de bancas do Rio de Janeiro, que chamavam de capatazias, eu acho que chamam ainda... Era Copa 1, Copa 2, Copa 3 – estou falando de Copacabana, por grupos de esquina – essas concessões de bancas eram intocáveis. Eram de italianos, filhos de italianos, netos de italianos e ponto final. Nenhuma possibilidade. Nunca soube se era máfia ou não máfia, mas ou você se entendia com os italianos... E quem compreendia os italianos? Dr. Roberto Marinho, que ajudou a fazer aquela igreja redonda na Barra, a santa de lá não sei qual é agora, que patrocinava os jornaleros ou os imigrantes. Dr. Roberto ia ao aniversário do Sindicato dos Jornaleiros. Ele entendeu isso. Aliás, ele entendeu duas coisas e algumas outras ele não entendeu. Ele entendeu publicidade e agências e a ABP e tudo. Você convidava dr. Roberto *para tudo*: recebia com atenção, doava. Eu reformei uma sede inteira que pegou fogo, quando eu era presidente da ABP, com ajuda do *Globo*.⁴⁸ Dr. Roberto entendia disso. E entendia de jornaleiro, que é um negócio incrível. Ele sempre foi gentil, mas era especialmente gentil com jornaleiro e publicitário, que são duas raças difíceis de você ser gentil com eles [risos].

Então, eu ia pela madrugada acompanhar a distribuição do *Reader's Digest*, um negócio em que saíam caminhões entregando nos pontos, nas capatazias. Eu fazia isso às vezes às três, quatro da manhã. Porque os jornais eram casados no largo da Carioca. Casados significa... as rotativas eram um pouco lentas, então o jornal de domingo começava a imprimir na quinta-feira. Hoje, ainda acontece um pouco. Imprimia o caderno tal, o caderno tal... Esses jornais eram casados e distribuídos pelos jornaleros. Ali era o ponto de bonde, no Tabuleiro da Baiana, onde fica o largo da Carioca. Tinha uma imensa coisa assim que eles chamavam de Tabuleiro da Baiana. Ali em baixo é que chegavam os bondes de vários lugares, ali e na Galeria Cruzeiro. Nesses dois pontos e

⁴⁸ Em 6 de agosto de 1977 a sede da ABP – Associação Brasileira de Propaganda sofreu grave incêndio. A Associação funcionou fora de sua sede durante toda a gestão de Edeson Coelho (1979-1981), até 1982, quando terminaram as obras de recuperação.

em outros pontos menos importantes era onde se casavam os jornais. Um dos casadores de jornal casou-se com a filha do Fernando Chinaglia. Fez carreira lá, tornou-se presidente da Fernando Chinaglia depois que o velho morreu e ele morreu também muito novo.

Essa escola do *Reader's Digest* foi muito legal, muito proveitosa para mim. O *Reader's Digest* era tão sério que tinha um negócio que se chamava Nancy Sasser. Nancy Sasser era, vamos dizer assim, o *merchandising* explícito e admitido do *Reader's Digest*. Nas primeiras páginas ou nas últimas, não me lembro bem, tinha essa Nancy Sasser, que não existia. Eu mesmo cheguei a escrever algumas notinhas para a Nancy Sasser. Era uma tabela paga, aberta, assumida, e eu acho que até estava escrito “Informe publicitário”, e a Nancy Sasser dava conselho. Se você tem problema com o cabelo, se a roupa enruga e não passa, se esse está queimando, se está dando brilho, ou se o chão para encerrar não sei o quê, ela explicava tudo. Então, o anunciante dava as referências e nós lá no *Reader's Digest* fazíamos. Seriam quase dicas.

I.S. - Só que nomeando produtos.

E.C. - Nomeando o produto. Nancy Sasser recebia milhares de cartas consultando. Ela seria uma consultora de dona de casa.

L.H. - As cartas eram verdadeiras?

E.C. - As cartas eram verdadeiras: “Experimentei tal coisa, quero agradecer à senhora.” Essa Nancy Sasser já existia nos Estados Unidos. Seria a tia Chiquinha, a vovó Estela. As cartas eram voluntárias. O *Reader's Digest* vendia espaço como se fosse publicidade, mas era uma sessão de quatro, cinco páginas. Isso aí foi a primeira maneira aberta de *merchandising*. Não tinha logotipo nem ilustração nem nada. Era texto. Só que eram textos em blocos. Não contava uma história toda e enfiavam os anúncios, feito novela de televisão agora, não. Quer dizer, era explícito assim, mas era acatado.

I.S. - Mas aí você saiu de lá.

E.C. - Eu saí de lá porque minha primeira mulher tinha se formado na Califórnia, veio para cá e foi trabalhar na Sears, em *fashion design*. Ela fazia aqueles figurinos da Sears, para botar casaquinho, roupa, ela desenhava aquilo quando eu a conheci. Então, ela me falava do fabuloso mundo americano. Eu, na época, estava pensando em ter uma vocação fascista [riso], mas aí, com a fria da guerra... Diga-se de passagem, na guerra tinha uma revista aqui que se chamava *Em Guarda*, patrocinada pelo Departamento de Estado e pelo Rockefeller, que era o diretor de assuntos...⁴⁹ Foi nomeado pelo governo americano, durante a guerra, para a divulgação das coisas americanas, do *american way of life*. Nessa onda de divulgar, entrou o *Reader's Digest* no Brasil em todo lugar onde os americanos tinham base, em 42. O primeiro número no Brasil eu acho que é de fevereiro ou março de 1942.⁵⁰ Entrou Coca-Cola em muitos lugares, norte da África e

⁴⁹ A revista *Em Guarda* – para a defesa das Américas, publicada mensalmente durante a Segunda Guerra Mundial pelo Bureau do Coordenador de Assuntos Internacionais dos Estados Unidos, era editada em português e enviada ao Brasil, servindo de propaganda americana dos acontecimentos no *front* de batalha. Nelson Rockefeller foi diretor do Escritório para Assuntos Interamericanos do Departamento de Estado norte-americano de 1940 a 1944 e secretário assistente para Assuntos Latino-americanos de 1944 a 1945.

⁵⁰ A revista *Reader's Digest* foi fundada em 1922, nos Estados Unidos, pelo casal DeWitt e Lila Wallace. No Brasil, foi lançada em fevereiro de 1942 e batizada de *Seleções*.

em outros lugares. A Coca-Cola é instalada com o beneplácito ou com o financiamento de um banco americano. Era interesse americano: *Reader's Digest*, Coca-Cola, a revista *Em Guarda...* Quem cuidou desse escritório no Brasil foi Armando D'Almeida, que depois tinha a Interamericana de Publicidade. Foi quem fez grandes coisas como normas padrão, códigos, o I Congresso Brasileiro de Propaganda, em fevereiro ou março de 57.

Eu estou acostumado sempre a falar em grupo e hoje estou falando sozinho, o que é raríssimo, raríssimo. Eu nunca fiz palestra, nada. Nas poucas entrevistas que eu dei, tive o prazer de escrever a pergunta e a resposta porque como eu não confio na raça [risos]... Eu tinha uma coluna de publicidade em que entrevistei o Roberto Duailibi. Eu fiz as perguntas dele, as respostas dele, mandei para ele e ele falou: "OK." Eu falei: "Tudo bem." Porque senão fica furado. Mas eu sempre fui de tirar o que a pessoa fala e rebater, nunca ficar falando assim. De maneira que, para mim, é uma experiência nova e tardia porque eu sempre pensei em fazer um *talk show*.

I.S. - Mas o que era essa revista *Em Guarda*? Agora eu fiquei curiosa. Era uma revista de notícias?

E.C. - Eu acho que ela era para o mundo. Era uma revista do tamanho da *Life*, do tamanho da *Manchete*, sobre quão bom era o *american way of life*. Em português, a cores, em clichê, distribuída para jornais, revistas etc. Da mesma maneira que a BBC mandava um disco que a gente chamava de... Era um disco grande, para todas as rádios, dizendo maravilhas do mundo inglês etc. E os alemães faziam a mesma coisa, os franceses com o colégio, com tudo. Mas essa foi durante a guerra. E era do escritório, eu acho que era *Foreign Affairs*, não me lembro, ou *Interamerican Relations*, uma coisa dessas, que era dirigida pelo Nelson Rockefeller, que depois foi governador do estado de Nova York, foi candidato a vice-presidente e perdeu.

Então, nessa época, minha mulher falando do mundo americano, eu falei: "Eu vou para lá, nós vamos tentar a vida lá." Isso em 53 para 54, era auge do macarthismo nos Estados Unidos. Como se chamava o McCarthy, o primeiro nome?⁵¹ Ele era um senador americano que começou as famosas comissões de inquérito, as famosas CPIs ... Era o auge da guerra fria também. Quer dizer, Eisenhower começando em 53, uma coisa dessas.⁵² Isso dificultou muito a imigração americana, para você obter o *green card*. Era muito, muito complicado mesmo, porque eles queriam saber se o seu avô tinha assinado o manifesto do Partido Comunista em Campinas em 1930. Era muito complicado.

[FINAL DA FITA 2-B]

E.C. - Também precisava de alguma coisa nos Estados Unidos, ter suporte de dinheiro, ir para lá. E, na época, tinha cotas. Cotas sempre existiram, cota para latino-americanos, dentro dos latino-americanos tinha para brasileiro, depois tinha para árabes, muçulmanos, o que fosse. Não tinha para judeu porque já estavam todos lá. [Riso.] Eles chegaram lá antes. Vocês conhecem aquela história de que, quando acabou a guerra, o grande desenvolvimento tecnológico, de radar, de foguete, essas coisas todas estavam na mão, obviamente, dos judeus alemães ou judeus dos satélites da Alemanha: Áustria, Tchecoslováquia... Logo depois da guerra, o americano começou a fazer experiências

⁵¹ Joseph McCarthy, senador norte-americano pelo estado de Wisconsin entre 1947 e 1957.

⁵² Dwight D. Eisenhower foi presidente dos Estados Unidos ente 1953 e 1961.

aqui daqueles foguetes, nada dava certo. E saiu, acho que no *New Yorker*, um americano do Pentágono falando para o outro assim: “Eu acho que nós pegamos os judeus errados. [Riso.] Porque os russos chegaram a Berlim primeiro e pegaram os judeus certos e nós ficamos com os judeus errados. *We got the wrong Jews.*” Foi quando subiu o Sputnik.

I.S. - Aí, você foi para Nova York.

E.C. - Eu fui para Nova York. Foi uma pendenga, não preciso contar o que foi arrumar o visto, entrevistas e tudo isso. A irmã da minha mulher, minha cunhada, já estava trabalhando lá, na Companhia Siderúrgica Nacional, que tinha um grande escritório lá. O Brasil tinha, em Nova York, o Instituto Brasileiro do Café, Brazilian Coffee Institute, para divulgação do café no mercado americano. A pauta brasileira de exportação era 80% café, 90%. No começo, até 97%. Então, tinha o Instituto Brasileiro do Café. Em 55 ou 56, já tinha Petrobrás, um grande escritório, na Broadway, lá embaixo, perto da Wall Street. O escritório do IBC era um andar. Tinha Delegação do Tesouro Brasileiro; o serviço diplomático brasileiro, todos os escritórios brasileiros eram pagos por uma Delegacia do Tesouro Brasileiro, em Nova York. Olhem a loucura. Obviamente, tinha muito empréstimo americano, muita coisa. Bom, tinha a Varig, tinha essas coisas e tinha o Escritório Comercial Brasileiro, Brazilian Government Trade Bureau, que era para divulgação. Era também, na época, muito primário e pertencia ao Ministério do Trabalho, porque o Ministério do Trabalho englobava o Ministério de Indústria e Comércio. Era Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio. Antes, antes, antes, eu acho que o Ministério da Educação era Ministério da Educação, Saúde e Esportes.

L.H. - E saúde.

E.C. - No tempo de Getúlio, abrangia Esportes também, eu acho.

L.H. – Chamava-se MES, Ministério de Educação e Saúde.⁵³

E.C. - Eu sei. Mas tinha Esporte porque saúde era esporte. É preciso notar que Getúlio, Filinto Müller, Lourival Fontes, Plínio Salgado e outros vinham do velho fascismo, onde esporte... *Mens sana in corpore sano.*

I.S. - Você foi trabalhar nesse Brazilian Government Trade Bureau...

E.C. - Não fui para isso. Fui para lá para tentar aprender o inglês. Minha mulher falava inglês fluentemente, conseguiu um emprego em uma agência de propaganda que se chamava McAdams Advertising não sei o quê, que era uma agência – foi a primeira que eu vi na vida – especializada em produtos farmacêuticos. Quer dizer, só nos Estados Unidos, uma agência que fazia produtos farmacêuticos. Aliás, tem uma agência aqui, de um cara aí, que mexe muito com laboratório também, mas mexe mais com folhetos e outros tipos de coisas. Então, minha mulher ficou trabalhando nessa agência. Eu liguei a televisão nos anos 54 e fiquei olhando para a televisão para entender, aprender. Depois disso, com alguma...

I.S. - Cinco dias na Lanchonete White Castle, diz aqui.

⁵³ O Ministério da Educação foi criado no Brasil em 14 de novembro de 1930 como o nome de Ministério da Educação e Saúde Pública.

E.C. - Isso foi uma tragédia, uma tragédia. Eu queria trabalhar, fazer alguma coisa. Aí, me falaram – eu acho que apareceu um anúncio – que eu fosse me candidatar a esse emprego. Porque a colônia brasileira era muito unida, muito ativa e esse era um dos defeitos. Você ia para lá e acabava falando português, contando histórias de brasileiro. Isso não andava. Então, eu falei: “Eu tenho que trabalhar em alguma coisa.” Eu tentei fazer embrulho em um mês, mas a minha mão era muito delicada. Isso no Natal, aqueles empregos temporários no Natal. Tinha outro que era para fazer buraco para poste em New Jersey, para enfiar o poste. Aí, o sujeito olhou para mim: “O senhor está fora disso aí também.” Tinha um outro que era vender panela no bairro porto-riquenho e eu fui eliminado [riso] porque os porto-riquenhos não gostavam de hispânicos. Como é que eu ia lá, com o meu sotaque, vender panela para eles?

E aí, fui nesse White Castle, não tinha McDonald’s, ele era muito incipiente, mas era uma cadeia de lojas na base do McDonald’s. Fui para lá para ser balconista. Um ou dois dias eu passei em uma loja-escola, fritando coisa, fazendo coisas... Mas ali não se percebeu muito que eu não falava inglês. Eu era muito esperto. Depois me jogaram no balcão na rua 14, que era uma rua de hispânicos. E aí, em vez de hispânicos, aparecia o operário. Estávamos em um frio desgraçado, os operários apareciam com aquele negócio na orelha, eles tiravam o filho do bolso e o filho falava *qué qué qué* e eu não sabia o que era aquilo, comecei a embaralhar batata frita com hambúrguer, *milk-shake* com menos pó, com menos açúcar... Mas eles começaram a gostar de mim porque eu era um trapalhão. [Risos.] Era o próprio... Entre o Mister Bean e essas coisas do Peter Sellers.⁵⁴ Eu catava as coisas aqui, queimava a mão, fazia o diabo. E sempre com um avental, um troço fechado aqui e um negócio na cabeça, era de um ridículo! Antigamente, foto era complicado, senão eu gostaria muito de ter umas fotos dessas lá. Depois de dois, três dias, conversando com outro amigo, ele falou: “Olha, você não vai chegar a lugar nenhum assim.” Um deles quase me pegou por aqui porque eu errava no troco também. Porque, para ter controle, você tinha que receber o dinheiro e falar: “Cinco dólares para tirar dois e trinta.” Tinha que entregar na caixa, mas tinha que gritar, era um teste que hoje eu percebo que era de honestidade, para não enfiar um dinheiro no bolso, dar um troco errado e botar no bolso. E tinha também um copo, em que punha a gorjeta, tudo em um copo comum para rachar a gorjeta no fim do dia, porque aí já tinha o problema de *union*, sindicatos, salário médio, planos, aquelas coisas todas. Aí, houve esse vexame, porque eu não entendia bem as pessoas... O inglês de pobre é barra. Para eu, que não tinha ouvido, acostumar... Aí eu me embaralhei todo. O sujeito falou comigo: “O senhor vai aprender inglês lavando prato.” Eu fiquei lá, lavando aqueles pratos, aquele negócio, enfiava ali, lavava rapidamente.

Aí, comentando com um brasileiro que estava lá, médico, tinha também médico que atendia os brasileiros, senão não tinha como fazer receita. Você tinha doença, precisava de um antibiótico, ou você tinha um médico brasileiro ou você estava lascado. Você tinha que descobrir farmácia que transava com os latinos para vender remédio por baixo do pano e um médico que desse a receita.

L.H. - Por quê?

E.C. - Porque é proibido. Você não compra um antibiótico, não compra um remédio de um certo tipo nos Estados Unidos sem receita e sem responsabilidade. E antigamente

⁵⁴ Mister Bean: personagem de programa humorístico inglês interpretado pelo ator Rowan Atkinson, no ar desde 1989.

tinha a chamada doença venérea e sífilis. Se você tivesse uma dessas, você tinha que encarar uma quarentena e aí era um problema do FBI e um problema de saúde. Eu tive um colega que veio para o Brasil, do hospital para cá. Botaram ele na Varig para vir embora. Ele trabalhava comigo no Escritório Comercial. Ele só conseguiu um médico que falou: “É melhor, você está precisando de um antibiótico e eu não vou bancar isso.” Ele estava com começo de doença venérea. Aí, ele conseguiu ir ao médico, de noite o FBI chegou na casa dele e levou ele para o aeroporto. Ou ele ficava de quarentena seis meses, porque essas doenças voltavam no inverno. Então, tudo tinha macete. Tinha um mercado que vendia farinha, feijão, cachaça na época, tudo no meio dos porto-riquenhos. Porto-riquenho, o pessoal do Haiti e o pessoal da República Dominicana. Lá não tínhamos os mexicanos. E a colônia portuguesa era mais em New Bedford, Fall River, mais para Massachussetts, Rhode Island, por ali.

I.S. - E aí você foi parar no escritório, de relações-públicas?

E.C. - Eu era relações-públicas do escritório. Como eu tinha andado por aqui, *Reader's Digest*, rádio, essas coisas todas, eu me candidatei lá. Eu não fui nomeado pelo governo brasileiro, fui contratado lá. Isso significava pouco salário e ter que fazer o trabalho dos que eram nomeados para um emprego público. O genro do marechal Henrique Teixeira Lott estava lá.⁵⁵ Chamava-se Mário Pacheco. Hoje, acho que ele é um exportador para Rússia, um importador da Rússia aqui no Brasil. O vice-diretor do escritório era o dentista do ministro do Trabalho aqui, e aí o ministro do Trabalho falou: “O que você queria?” “Ah, eu gostaria de morar em Nova York para educar meus filhos.” Aí, nomeou ele vice-diretor, o ministro do Trabalho que se chamava Parsifal Barroso.⁵⁶ Era um senador do Ceará. E esse rapaz era um dentista cearense, chamava-se Marcus Vinícius de Carvalho. Ele foi para lá, levou bandeira do Flamengo, botou na parede, não perguntou em que país ele estava. Botou os filhos deles na escola, legal etc. Então, tinha a mais rara fauna possível nesse escritório comercial. Um deles foi João Rezende, que depois se casou com a Hildegard Angel, esse trabalhou comigo, numa mesa ao lado. Outro foi Roberto Vasconcelos, que foi diretor da revista *Jóia*, ele era muito amigo da Lucy Bloch, esposa do Adolpho, era um cara muito legal.⁵⁷ Ele está por aí ainda. E outros. Aí, o Amaral Peixoto botava um cara, o Jango botava outro cara, o Juscelino botava outro, cada um...⁵⁸ O escritório, vamos dizer, tinha 90 pessoas e meia dúzia de contratados que corriam para um lado e para outro porque esses podiam ser demitidos. Os outros eram nomeados por senadores, por ministros, por políticos, por governadores. Então, era uma barra difícil. Quinta Avenida com rua 45, dois andares. A minha sala ficava na Quinta Avenida com 45, no segundo andar. Tinha uma exposição de produtos

⁵⁵ Henrique Teixeira Lott foi ministro da Guerra entre 1954 e 1960 e candidato a presidente da República em 1960.

⁵⁶ José Parsifal Barroso.

⁵⁷ Adolpho Bloch (1908-1995), jornalista, fundou a revista *Manchete* (1952). Dono do grupo Manchete, que contava com editora, emissoras de rádio e televisão.

⁵⁸ Ernani do Amaral Peixoto foi interventor no Rio de Janeiro durante o Estado Novo (1937-1945), constituinte e deputado federal pelo Rio de Janeiro (1946-1951) e governador do estado (1951-1955). Entre 1956 e 1959 foi embaixador do Brasil nos EUA e nos quatro anos seguintes (1959-1963) foi ministro da Viação, do Tribunal das Contas da União (TCU) e do Ministério Extraordinário para Assuntos da Reforma Administrativa. Elegeu-se novamente deputado federal (1963-1971) e senador (1971-1987). O CPDOC tem em seu acervo de história oral uma entrevista de Ernani do Amaral Peixoto, gravada entre 1977 e 1984, no contexto do projeto "Trajetória e desempenho das elites políticas brasileiras".

brasileiros que eram bandeja de asa de borboleta, cuia, berimbau, material indígena, até que era legal o material indígena.

I.S. - No escritório?

E.C. - É, no escritório. Tinha um meio andar de exposição. E a gente editava um boletim que vinha para o Brasil, que eu escrevia, que era de cotações de coisas... Nós estamos vivendo sem fax, nessa época que eu estou falando, nem telex tinha. Era complicado. Eu fazia um boletim e mandava para os jornais aqui, vindo do escritório comercial de lá. Visão do mercado. Eu ia ao IBC e via o negócio de café, via o problema de oportunidades de exportação, essas coisas. E ia para as escolas americanas que chamavam, quando a professora falava: “Vamos fazer um dia sobre o Brasil.” Lá ia eu levar as coisas. A Varig tinha um filme cheio de tucano, onça, Copacabana, essas coisas. Eu fiquei lá acho que três anos e tanto, nem sei quanto.

Uma dessas minhas funções era sair para fazer compras com a sra. Maria Teresa Goulart, porque o João Goulart era vice-presidente e era influente no Ministério do Trabalho. Então, cabia a mim pegar d. Teresa Goulart – nessa época, ela já estava grávida – e sair com ela para mostrar o Sacks Fifth Avenue, mostrar Saint Patrick. Numa dessas, apareceu uma delegação brasileira que eu suspeito que tenha sido convidada pelo State Department, mas o Departamento de Estado americano nunca assume o convite. Eles sempre fazem de uma maneira diferente. Quando ia jornalista para o Vietnam, então eles ajudavam *O Globo* indiretamente. *O Globo* mandava um sujeito para lá, pago pelo governo americano, ficava em Saigon, ele escrevia matéria, voltava, mas quem estava bancando era o governo americano.

Então, foram para lá alguns diretores de jornais aqui do Rio e coube ao escritório comercial recebê-los. O escritório comercial passou para mim. Já trabalhava em propaganda, negócio de jornal, essas coisas. Eu me lembro dos mais notórios, tinha o Chagas Freitas, que era dono do *O Dia* e de *A Notícia*, e tinha o Nascimento Brito, aí já meio alegre porque ele era ainda muito genro no começo.⁵⁹ Depois ele se impôs como grande empresário e diretor de jornal. Mas, no começo, ele tinha a Rádio Jornal do Brasil, que ele mexia, e estava em 57 muito novo. Acho que o conde tinha morrido há pouco tempo, ele estava meio cuidadoso. Então, fomos para lá, eu arrumei uma visita no *New York Times*, arrumei uma visita acho que no *New York Post*, eu acho que quebramos a cara em uma CBS, uma NBC dessas... Principalmente o Chagas Freitas se tornou muito meu amigo. O Nascimento Brito também, mas o Chagas Freitas foi com a mulher, d. Zoé. Eu dirigia carro e levei eles para conhecer subúrbio, conhecer as coisas de Nova York etc. Acho que uns quatro, cinco dias, não sei quanto. Eles ficaram muito gratos. O Chagas Freitas me chamou de lado e disse: “Olha, eu estou fazendo uma reforma no *O Dia* e na *A Notícia*, você quer ir trabalhar conosco lá? Se você quiser ir embora...” Eu fiquei de olho arregalado: “Tudo bem!” Nessa altura, eu já estava querendo ver como sair dos Estados Unidos, já estava lá há quatro anos e não ia chegar a presidente da McCann-Erickson de lá *jamais*. Aí, Nascimento Brito me chamou de lado, a mesma coisa... Meu irmão Nelson já estava aqui no jornal, o Reynaldo Jardim já

⁵⁹ Antônio de Pádua Chagas Freitas exerceu o mandato de deputado federal pelo Rio de Janeiro, depois estado da Guanabara (1955-1971). Em 1970, foi eleito pela Assembléia Legislativa o último governador da Guanabara, que deixou de existir ao final de seu mandato, em 1975. Novamente pela via indireta foi empossado governador do Rio de Janeiro em 1979 e concluiu o mandato em 1983. Manuel Francisco do Nascimento Brito (1922-2003), genro do conde Pereira Carneiro, assumiu a Rádio Jornal do Brasil em 1949 e foi importante colaborador da condessa Pereira Carneiro à frente do *Jornal do Brasil*, a partir de 1953.

estava no jornal e na rádio etc., falavam muito sobre mim e ele falou comigo: “Você não quer trabalhar no *Jornal do Brasil*? Eu vou fazer uma reforma na parte comercial. Você quer ser o nosso gerente comercial, diretor comercial, gerente de publicidade – tinha uns cargos aí – da rádio e do jornal?” Eu tinha feito um cursinho de televisão e rádio e tinha feito algumas coisas de imprensa e relações públicas na Universidade de Nova York, aqueles cursos à noite, que eram uma maneira de eu aprender inglês também e conviver um pouco, sair um pouco dos brasileiros. Eu falei: “Puxa, gostaria muito.” E o Nascimento Brito me disse: “Olha, nós estamos vendo a possibilidade de um canal de televisão com o Juscelino. Se você está interessado nisso, você pode pegar isso no começo.” Eu fiquei apaixonadíssimo.

Nesse ínterim, eu tinha respondido a um anúncio do *New York Times*. Eu estava querendo ver como sair do escritório comercial e trabalhar nos Estados Unidos em alguma escola boa. Então, tinha um anúncio da Avon Cosméticos. Nesse anúncio da Avon, precisavam de um sujeito que falasse inglês, que falasse português, que estivesse interessado em publicidade, em *marketing*, o diabo a quatro, e tinha um treinamento. Eu fui lá para a Avon, isso foi antes de esse pessoal de jornal chegar lá, e aí teve aquela seleção cansativa de quem desiste primeiro, eu ou o empregador. Conhecem aquele negócio? “Ah, o senhor é casado? Nós gostaríamos de conhecer sua mulher.” Aí, você vai jantar, com sua mulher – que já está por aqui desse negócio porque ela não tem nada a ver com o negócio –, e vem o vice-presidente da Avon, que leva a mulher para ver se eu pegava no talher direito. Porque eles não estavam no Brasil. Eles queriam abrir no Brasil e eram seis ou cinco diretores americanos e um que eles queriam que fosse brasileiro, para publicidade, *marketing*, aquele jornalzinho que a Avon faz, e para dizer que não era um bando de americanos malucos. Então, eu seria o brasileiro. Eles começaram uma seleção com muita gente porque apareceu brasileiro de todo lado se candidatando ao negócio. Por fim, eles pediram recomendações, eu falei com a Dora Vasconcelos, que era a cónsul-geral do Brasil lá, uma senhora fabulosa, e acho que nessa época eu tinha recebido o Amaral Peixoto... Ele era governador, era presidente do PSD e depois foi nomeado embaixador brasileiro em Washington e passou uns dias em Nova York. Ele e a mulher, Alzirinha Vargas, filha do Getúlio Vargas. Então, eu fiquei meio amigo deles. A gente ia para restaurantes, *night-clubs*, com o Amaral Peixoto, eu ia com a minha mulher, ficamos amigos. Eu liguei para ele. Eles queriam recomendações, alguma coisa formal do Brasil, na Avon. Eu arrumei do cónsul-geral e do embaixador brasileiro. Aí, *tuf*, eles falaram: “O emprego é seu. Você tem um ano em Nova York, ou seis meses em Nova York, seis meses em Montreal e seis meses entre Paris e não sei o que mais para aprender os métodos, porque nós estamos começando a construir a fábrica em Santo Amaro, em São Paulo.”

Aí começou a dúvida entre ficar na Avon, vir para o *Jornal do Brasil* ou para *O Dia*. O Chagas Freitas, o Nascimento Brito ou a Avon. Começamos a fazer aquela lista de quando se tem dúvida: prós e contras. E dava um peso para cada: “Bom, eu vou aprender, vou ficar no Canadá, vou morar em Montreal, depois eu vou para Paris.” Um ano e meio depois, eu viria para o Brasil como diretor de *marketing* ou de comercialização da Avon. Eu fiquei encantado com aquilo. Aí, fui, fui, fui, fui e falei assim: “Eu vou provar essa Avon aí e não falo nada com o Nascimento Brito nem com o Chagas Freitas.” Eles me convidaram em aberto, dizendo: “Estamos reformulando o jornal, estamos com um projeto, você não quer trabalhar conosco?” Mas ninguém dizia: “Tem uma vaga.” Acho que o Nascimento Brito mandou um cartão para mim, um telegrama... Eu falei para ele: “Espera um pouco...” E marquei a minha posse na Avon, que foi de uma ignorância, de uma loucura tremenda, a chamada irresponsabilidade, a fria.

Fui lá na Avon, depois de almoços, reuniões, conversas, eles falaram: “Ok, o emprego é seu.” Aí, eu fui para a Avon. Entrei, procurei o presidente internacional, ele falou: “Vou lhe apresentar os seus companheiros aqui.” Porque eu ia ficar uns seis meses, um ano em Nova York. Era um prédio de 12, 15 andares. Ele andou o prédio inteiro me apresentando, a partir de oito e meia da manhã. E eu cumprimentando todo mundo. “Ah, você é do Brasil. Onde você mora? Como vai Carmen Miranda, que fim levou?” E foram enchendo a minha paciência, 12 andares, até o térreo. Ele falou: “Agora, vou levar você à sua sala, você vai conhecer a secretária do grupo, esse pessoal.” Aí, entrou a secretária... Eu fiquei em uma sala quase de penitenciário, tinha uma mesa, não tinha papel, não tinha nada. Entrou uma senhora e leu os meus direitos: “O senhor pode fazer não sei o quê, não sei o quê, não sei o quê. O senhor tem direito a uma garrafa de água mineral, o senhor já tem aquecimento, a geladeira o senhor não tem porque o senhor é nível tal, mas o senhor vai ter a geladeira no Brasil...” Ela leu, quase seria como você entrar em Bangu 3 aqui e o sujeito falar: “É proibido coisa, o senhor tem meia hora de sol...” E foi falando, foi falando e eu escutando. Eles me deram coisas para ler, eu fiquei vendo aqueles troços todos... Era meio-dia, era na Madison Avenue, liguei para minha mulher e marquei para almoçar com ela. Falei: “Acho que entrei numa fria.” Ela falou: “Bom, o que é?” “É isso, isso e isso.” Ela falou: “É, realmente é uma fria, mas você tem que pensar que vai ficar seis meses aqui, seis meses em Montreal, seis meses ou um ano na França. Isso é muito desonesto. Depois você diz que não vai?” Porque eu estava encantado com o mundo, não com aquela Avon que eu vi de oito e meia ao meio-dia. Chegamos à conclusão de que eu deveria pedir demissão.

L.H. - No dia da sua posse.

E.C. - Vocês não queiram saber o que eu assinei de papelada, de imposto de renda, de segredo, confidencialidade. Passei a manhã assinando tudo e recebendo as condições da prisão. Eu falei: “Vou morrer com isso.” Depois do almoço, eu fui direto para a sala do presidente internacional, um americano daqueles que fuma charuto. Falei: “Eu vim aqui pedir demissão.” [Riso.] “Oh, vocês brincam muito. [Com sotaque:] Como é carioca? Vocês carioca brincam muito. Conheço brasileiro, vocês são muito engraçados.” Eu falei: “Mas eu vim pedir demissão.” “Ah, está brincando.” Eu falei: “Eu estou sério e eu vou embora.” Eu fazia assim, ele falava: “Senta aí. Vocês são muito engraçados.” Quando ele viu que era sério, ele falou: “Então, eu fico numa posição difícil para mim – ninguém é dono, nos Estados Unidos, da empresa –, fica uma posição muito delicada, muito difícil para mim. Foi uma seleção muito grande, você nos tomou seis meses de tempo e de seleção da gente, o senhor não está bom da cabeça...” E eu falei: “Eu quero ir embora.” Ele falou: “Não temos nem o que acertar, nem salário, não tem nada. O senhor entrou aqui às 9h, lhe apresentei um prédio... Olha a minha cara para dizer que o senhor foi embora.” E eu falei: “Eu vou embora porque acho uma posição eticamente... Não achei graça hoje, isso aí vai ser difícil e se eu viver por conta de vocês um ou dois anos viajando o mundo...” E ele também falava que me dava o título de clube, do Paulistano, título não sei de onde, me dava um monte de coisas desde que convivesse com eles, vivesse com o grupo americano, o que é muito difícil. Quando você é casado, com mulher, família, tem o seu emprego e a sua vida. Aí, ele falou: “Ok, você vai embora. Procure um médico.” Ele apagou um charuto, errou o cinzeiro e apagou o charuto em cima de umas cartas, soprava aquilo tudo, eu queria sair também. E fui para o elevador. Era décimo segundo andar, o elevador não vinha e ele me espiando. [Riso.] Você não queira saber: os piores minutos da minha vida. Depois, eles vieram para o Brasil, a Avon, a grande empresa etc., encontraram-se com um irmão meu: “Com

esse sobrenome, Ernesto Coelho, você conhece Edeson Coelho?” Meu irmão falou: “Sim, meu irmão.” Todo orgulhoso. Ele falou assim: “Ele já melhorou? Foi internado?” [Risos.] Era um negócio louco. Eu estou preocupado com vocês, eu estou me estendendo muito.

L.H. - Vamos apressar um pouquinho.

E.C. - Vamos apressar um pouquinho. Aí eu me aposentei da DPZ e estou aqui agora [riso].

I.S. - Você entrou para o *Jornal do Brasil*, ficou quatro anos lá.

E.C. - Isso foi muito, muito, muito, muito legal mesmo. Vim de navio, arrumei um navio cargueiro, a Companhia Siderúrgica mandou trazer meus móveis. Cheguei aqui no Brasil e o *Jornal do Brasil* tinha já uma equipe formada com Odilo Costa Filho, Reynaldo Jardim já era meu amigo. E o Odilo Costa Filho, que era um misto de paizão da redação, além de ser um sujeito intelectualmente muito bom, de caráter, uma grande figura do *Jornal do Brasil* e que foi levando para lá o pessoal do *Diário Carioca*, da *Tribuna da Imprensa*, a *intelligentsia* jornalística da época. Que eram os mesmos, Jânio de Freitas, as mesmas coisas. E eu levei para lá Alberto Dines e Isaac Piltcher, por incrível que pareça.⁶⁰ Eu queria fazer no *Jornal do Brasil* um *Sunday Magazine*, que é esse suplemento que você encarta e imprime a cores em uma outra gráfica ou nas horas vagas, e você teria o *Jornal do Brasil* com um suplemento nacional. Que você negociaria. Isso nos Estados Unidos era a grande moda, como o *New York Times* faz com o *Sunday Magazine*, encarta no *Chicago Tribune*, *Miami Herald*, *Los Angeles Time*, *Minneapolis Sun*.

O Isaac Piltcher já era amigo meu de muitos, muitos anos. O Isaac foi tradutor ou redator da Maristela Cinematográfica, acho que é Maristela, uma companhia tipo Vera Cruz.⁶¹ O Isaac ficou muito amigo meu, mas muito mesmo. O Isaac falou comigo e me apresentou o Dines, que eu acho que na época ainda namorava a Rosali, ainda fui ao casamento do Dines com a Rosali Bloch, e levei para o Nascimento Brito. O Dines era exatamente o que ele é hoje, um sujeito muito legal, muito competente e também muito – não é exigente – ele é muito radical na opinião, nas coisas dele, nas coisas profissionais. Eu não vejo o Dines há muito tempo, mas ontem o vi na televisão até meia-noite, no *Observatório de Imprensa*. O Dines é uma figuraça. Ele parecia um pouco com o Joseph Cotten e agora ele ficou muito magro, ficou velho. Só ele, ninguém mais ficou velho.

Mas o *Jornal do Brasil* foi uma virada grande que começou, eu diria, um pouquinho antes, com o *Diário Carioca*, com o Horácio de Carvalho.⁶² O *Jornal do Brasil* foi a grande virada na imprensa brasileira, de maneira inteligente, ágil, independente. E, nesse mérito, tem o comecinho com o Odilo, na semente, o pessoal que o Odilo levou, mais o Dines e o grande papel do Nascimento Brito, que,

⁶⁰ Alberto Dines (1932), jornalista, atuou nas revistas *Visão*, *Machete* e *Fatos e Fotos* e nos jornais *Última Hora*, *Diário da Noite*, *Tribuna da Imprensa*, *Folha de São Paulo* e *Jornal do Brasil*, onde trabalhou 12 anos como editor. Idealizou e fundou o Observatório da Imprensa, entidade civil que pretende acompanhar, junto com outras organizações da sociedade civil, o desempenho da mídia brasileira. Criado em 1996, o Observatório ganhou uma versão televisiva em 1998.

⁶¹ Trata-se da Companhia Cinematográfica Maristela, fundada em 1950.

⁶² Em 1935, Horácio de Carvalho Jr. assumiu a direção do jornal *Diário Carioca*, que havia sido fundado em 1928 por José Eduardo de Macedo Soares. Em 1961, vendeu o jornal para Arnon de Melo.

rigorosamente não interferiu, não atrapalhou, não chateou. E, sendo ele de fora, um estranho no ninho, ele teve essa grande capacidade, inclusive comigo e com outros. Ele confiou muito, foi muito generoso, muito legal, todo mundo ganhou bem, todo mundo tinha plena liberdade para trabalhar. Eu, na parte de promoções, publicidade do jornal, relações públicas do jornal, abertura de filiais. O *Jornal do Brasil* não tinha filial nem em São Paulo, sucursal. Foi abrir sucursais em São Paulo, em outros lugares, e foi realmente muito bom para todo mundo que estava lá na época. Foi muito bom. Foi a época também da inflação, a época da grande pressão do governo. Tinha decreto de que jornalista não pagava imposto de renda, nem o dr. Roberto nem eu. Era jornalista e jornalista não pagava imposto de renda. Vinha do Getúlio. O papel era subvencionado acho que em 90%. Era tudo importado do Canadá ou da Suécia através do Klabin, Janeri e companhia. Klabin fabricava e Janeri importava mais papel, Janeri e outras companhias. Era assim como as agências até os anos 70: todo mundo gastava, todo mundo comia, todo mundo viajava porque você não pagava passagem. A maioria dos colonistas não pagava restaurantes, não pagava uma série de coisas. Era uma época muito alegre...

[FINAL DA FITA 3-A]

L.H. - Na verdade, você tem uma larga experiência também nos veículos.

E.C. - Tenho. Rádio, revistas, jornais.

L.H. - Já passou por rádios, revistas e esteve durante um bom tempo no *Jornal do Brasil*. Nessa época, você estava afastado do mundo da propaganda ou não?

E.C. - Eu fiquei quatro anos em Nova York, quatro anos e meio – não sei bem, teria que ver –, voltei para o *Jornal do Brasil*. Mas cheguei aqui e o jornal estava totalmente por fora em publicidade, em comercialização, em *marketing*. Não tinha nada, nada, nada, nada mesmo. Quer dizer, o jornal foi se deteriorando ao longo do tempo e se tornou um jornal de anúncios classificados. E como o *Correio da Manhã* e o *Diário de Notícias*, como o *Estadão* em São Paulo, também, avançaram na área, desenvolveram-se na área de grandes anúncios, mesmo os anúncios de emprego, se quisesse contratar um presidente, uma pessoa de maior nível, os anúncios eram no *Correio da Manhã*. O *Jornal do Commercio* ficava com os embarques de navio, leilões. Então, o *Jornal do Brasil* não tinha nada. Ele tinham os anúncios classificados de cozinheiras e de pedreiros, pintores. Eu diria que era deprimente. E a primeira página do jornal era inteira de classificados. Não era possível. E o jornal era escrito de uma maneira antiga, era um rococó meio acadêmico de colonistas. Quando eu cheguei lá, o sujeito que fazia crítica de cinema era o corretor dos anúncios de cinema. Olha, era impossível descrever e até deselegante da minha parte, porque eu devo muita coisa. Dizer o estado em que estava o *Jornal do Brasil*, ganhando muito dinheiro direitinho, ali na avenida Rio Branco. A rotativa ficava no porão, ali derretiam um chumbo, chamado tetraetila. Mata mais do que americano no Iraque. Esse chumbo subia, porque o jornal tinha galerias. Ele era um buraco por dentro. Não tinha janela de um lado nem de outro e nem atrás. Atrás era a Gonçalves Dias. Então, esse chumbo derretido subia, mas naquela época a gente não sabia que tetraetila matava, então não morreu ninguém. Nem o pessoal linotipista... Tinha uma caldeira do tamanho disso aqui de chumbo subindo. Tinta de jornal é uma das coisas mais malélicas, tóxicas. Você lendo jornal, sai água do olho quando o jornal está fresco ainda.

I.S. - Quer dizer, era um jornal que basicamente vivia de anúncios.

E.C. - De anúncios classificados. Tinha fila de pessoas no sábado, ou na sexta de noite, para o anúncio sair domingo. Tinha que fechar a porta como se estivesse distribuindo refeições grátis porque o coitado do rapaz que ia levar o anúncio, o *boy* ou o garoto ou o auxiliar... Eles iam para lá na fila e tinha de chamar às vezes a polícia para poder fechar a porta, para não aceitar mais anúncio. E o coitado do sujeito que levava não tinha como voltar para casa e falar: “Olha, eu cheguei atrasado e não botei o anúncio.” Iam falar comigo, eu era diretor, e eu comecei a aceitar anúncio depois da hora. Fazia uma página à parte, sem muita classificação. Eram anúncios classificados, mas eu desclassificava nessa parte. E comecei a convencer o jornal... Tinha uma teoria: uma concessão aérea ou um avião tem que ter um horário e vôos regulares. Se tem passageiro ou não, a Vasp não pode deixar de ir para Nova York e voltar, ou a Varig ou a Lufthansa. Então, o que aconteceu? Eu convenci o Nascimento Brito, que nunca ficou muito convencido não, mas acabou funcionando, que nós não devíamos tentar... Para vocês terem uma noção, esses eram os jornais da época no Rio de Janeiro, diários. Não sei se tem outra cópia aqui. Vespertinos.

I.S. - Vespertinos. *Última Hora*, do Samuel Wainer, *O Globo*, do Roberto Marinho, *A Notícia*, de Ademar de Barros e Chagas Freitas, *Tribuna da Imprensa*, de Carlos Lacerda e Hélio Fernandes, *Folha Carioca*, *Diário da Noite*, de Assis Chateaubriand. Só vespertinos.⁶³

E.C. - Isso é de vespertino, que começavam a imprimir... Daí é que o dr. Roberto ia para lá às 5h da manhã, porque estava fechando o jornal para compor e imprimir. Saía mais ou menos ao meio-dia, 11h, meio-dia, nas bancas.

I.S. - E tinha os matutinos, que eram o *Jornal do Brasil*, do conde Pereira Carneiro, *Correio da Manhã*, do Paulo Bittencourt, *O Jornal*, de Assis Chateaubriand, *Diário de Notícias*, de Orlando Dantas, *Luta Democrática*, de Tenório Cavalcante, *Jornal dos Sports*, de Mário Rodrigues, *Jornal do Commercio*, de Elmano Cardim, e *Diário Carioca*, de Horácio de Carvalho.

E.C. - São ao todo 15 jornais diários, disputando o mesmo mercado. Era um massacre vender espaço. Havia o que a gente chamava de tabelas prostituídas, matérias pagas disfarçadas, não assumidas, a favor... Uma reportagem sobre estaleiro não sei do quê. Tinha tudo que você podia imaginar de permissividade na publicidade. Fora tabelas, fora preços, mil recursos para imprimir um negócio e falar que ficou mal impresso, aí você dava compensação, publicava de novo, então você estava dando dois anúncios por um anúncio só, por um preço só, pelo preço de um.

I.S. - Isso era uma forma de driblar a competição?

E.C. - De driblar a competição, porque os jornalistas, principalmente o Nascimento Brito e o pessoal do *Correio da Manhã*, do *Diário de Notícias*, eles se reuniam e trocavam idéias sobre como forçar o Banco do Brasil a financiar mais papel, como arrumar dinheiro, do BNH ou da Petrobrás, de qualquer um. BNH não tinha, era Banco

⁶³ O jornal *Folha Carioca* começou a circular em 1944 e seu diretor artístico era Andres Guevara.

do Brasil, Caixa Econômica.⁶⁴ Era um pouco também um clube em que eles tomavam uísque e conversavam essas coisas todas. E um falava com um outro: “Você está cumprindo nosso pacto de tabela?” “Sim, sim. Aqui, um tostão a menos, eu prefiro ir à falência, mas não cedo.” Chegava para o chefe de publicidade: “Pau na máquina, precisamos viver.” Isso aí, mais as permutas, mais as matérias pagas, principalmente as políticas, que eram pagas à vista. Quando o Ademar fez aquela campanha...⁶⁵ Ele foi uma vez, não deu; acho que foi outra vez, não deu; na terceira, o *slogan* dele era: “Dessa vez, vamos.” Aí, quando perdeu, apareceu outro *slogan*: “Dessa vez, fomos.” Nessa época eu convenci o Nascimento Brito... A condessa ia para lá, era muito legal, mas o Nascimento Brito era com quem a gente falava e se entendia. E o Nascimento Brito se entendia obviamente com a condessa. Não era tão fácil, não. Ela acompanhava, sabia de tudo. Era uma mulher inteligente e de vontade. Ela não era uma rainha, como se diz, uma rainha da Inglaterra ou um dois-de-paus, não. Ela era ativa, ia para lá todo dia, recebia as amigas etc. Mas com o Nascimento Brito, que era casado com a filha dela, com a Leda, ela sabia das coisas. Ela não era maria-vai-com-as-outras, não.

I.S. - Você foi para o departamento comercial. Você considera isso uma atividade de publicidade?

E.C. - Não, absolutamente não. Era publicidade [atividade] de *marketing*, de venda. O que eu tinha lá era um relacionamento, por causa do Dines, Jânio de Freitas, Calazans Fernandes, Hermano Alves e outros... Era uma coisa muito bonita. Ia todo mundo para a redação em época de crise, de guerra, de repente acontece um desastre com a torre, avião em uma torre, morre o Kennedy, o que fosse, era todo mundo na redação. E tinha a rádio com o *Jornal do Brasil Informa* às 7h da noite, com Alberto Cury, irmão do Ivon Cury e de outros Curys, e que era um noticiário. Então, a gente vivia o jornal demais. Você ia aos anunciantes, visitar as agências, como eu ia, e tinha que ter orgulho daquilo. Você não estava em um jornal picareta, você estava em um jornal estourando de sucesso no Brasil. Era o Suplemento Dominical, a Rádio Jornal do Brasil tinha um programa chamado *Pergunte ao João*, você ligava para lá e fazia qualquer pergunta, esse João respondia ao vivo, era uma loucura.

I.S. - Era João o quê? Existia esse João?

E.C. - João Evangelista. Existia. O sujeito chamava o João e o Reynaldo Jardim falou: “Então, vamos fazer *Pergunte ao João*.” Tinha coisas incríveis na Rádio Jornal do Brasil.

I.S. - Isso foi idéia do Reynaldo Jardim?

E.C. - Do Reynaldo, Reynaldo era uma figura.

⁶⁴ O Banco Nacional de Habitação (BNH) foi criado em 1964, durante a presidência do general Castelo Branco, e extinto em 1985, no governo de José Sarney.

⁶⁵ Adhemar de Barros foi candidato à presidência da República pelo Partido Social Progressista (PSP) em 1955. Sua campanha foi marcada por fortes ataques à sua administração à frente do governo de São Paulo e à sua vida pessoal, desferidos pelo adversário político Jânio Quadros. Ademar ficou em terceiro lugar nas urnas e em março de 1956 foi condenado pelo Tribunal de Justiça de São Paulo a dois anos de reclusão, pena que não chegou a ser efetivada. Contudo, saiu vitorioso nas eleições municipais de 1957 e lançou-se novamente candidato do PSP à presidência da República em 1960, ficando mais uma vez em terceiro lugar.

L.H. - Mas de que você convenceu o Nascimento Brito?

E.C. - Eu convenci o Nascimento Brito de que, para nós mantermos a regularidade, um jornal diário não podia, não tendo anúncio, ter minguadas páginas. Porque não tinha grande redação, não tinha muito dinheiro. E o anunciante, bem ou mal, preenche o espaço no jornal. Estou falando do que a gente chamava de anúncios de *display*, um anúncio maior, de um automóvel, uma geladeira, o que fosse, um serviço ou um banco, universidade, que isso aí o sujeito lia também, não era só o classificado. E que a gente tinha que sair, a minha teoria era a do avião, que o avião tem que viajar vazio. Se não fosse o DAC ter as leis de monopólio e *dumping*... É melhor você vender uma passagem barata porque o piloto, o custo do avião, a manutenção, o combustível é rigorosamente o mesmo. As taxas de aeroporto, o piloto, a aeromoça, o sanduíche, eram a mesma coisa com o avião cheio ou vazio. Então, eu falei ao Nascimento Brito: “Nós vamos encarar os donos de jornal e vamos vender isso por muito menos que eles. E nós vamos encher esse jornal.” Era o mesmo negócio da Mamma Leoni's, um restaurante no começo do século em Nova York. Ela queria abrir um restaurante italiano e perguntaram – isso é clássico na publicidade americana: “Como a senhora vai fazer um restaurante aqui no centro de Manhattan, qual é o truque?” Ela falou: “Fazer boa comida e servir farta, servir bastante comida pelo mesmo preço. Eles virão.” E eles foram e ela tornou-se o maior restaurante de Manhattan, o Mamma Leoni's. Então, eu falei com ele: “Nós temos que servir um bom jornal, com boa circulação, e termos uma política comercial diferente.” Essa política comercial me fez sair do *Jornal do Brasil* em uma situação extremamente dramática e complicada, depois de quatro anos e meio lá. Porque eu me tornei uma espécie de ditador: mandava e desmandava no jornal, fora a redação. Fora o jornalismo praticamente, no resto era comigo: rádio, abrir sucursal, fechar sucursal, comprar, vender, pagar, o diabo era comigo no jornal. Eu tinha 29, 30 anos. Tinha muito poder na mão e diria que mérito meu e do Nascimento Brito, que bancava isso também.

I.S. - Na verdade, a virada do jornal foi um pouco em função da tua proposta, não?

E.C. - Foi quando o jornal começou a ter mais recursos para começar a melhorar a rotativa...

I.S. - Não, porque a entrada do Dines, a entrada do Reynaldo Jardim, a entrada de jornalistas...

E.C. - Pedro Muller, eu levei para lá, que é primo irmão do Jacinto de Thormes, o Maneco Muller, também foi para lá fazer a coluna que hoje é o *Informe JB*.

L.H. - Mas aí você comprou uma briga com os outros jornais.

E.C. - Comprei uma briga com os outros jornais, que terminou na minha saída, quando eu, em uma reunião, falei com eles. Uma reunião no *Jornal do Brasil*, com todos os donos e diretores de jornais, e isso já tinha quatro anos, nós já estávamos bem etc. E eles queriam porque queriam um pacto, todos com o mesmo preço por tiragem, por centímetro, e eu falei: “Nascimento Brito – eu chamava ele de Maneco –, eu prefiro não participar dessa reunião. Eu estou indo para cá e esse pessoal está indo para lá.” Ele falou: “Ah, não, deixa disso, senta aí e vamos conversar.” Mas aí, uma determinada hora, eles forçaram um pouco a barra e eu falei: “Nascimento Brito, estão te fazendo de

bobo, estão nos enganando e nós estamos entrando em uma jogada.” Ele falou: “Edeson, eu preferia aceitar a sua idéia de sair, de não participar da reunião.” Aí, eu disse [riso] o que tinha que dizer para ele e nunca mais voltei no jornal. Era meio-dia, eu desci e fui embora. Nunca mais voltei lá na vida. Nunca mais entrei no *Jornal do Brasil*. Porque foi muito brabo. A condessa ligou para mim à noite, para a minha casa, falou muito com a minha ex-mulher, dizendo: “Ah, o Nascimento Brito é muito intempestivo, o Edeson também é muito...” Mas eu não voltei mais, nunca mais. É um negócio engraçado. Porque eu disse também tudo na frente dos outros. Ficou muito chato para ele, disparei tudo para ele e ele continuou quieto, ficou muito vermelho. Aí, desci pelo elevador, isso era na rádio, lá em cima, no sexto andar, e fui embora. Não tinha o que fazer, não tinha nada. Um negócio incrível isso.

Mas nessa época do *Jornal do Brasil* o Silvio Behring, que era diretor comercial do *O Globo*, me convidou para ser diretor da ABP e eu fui. Antes disso, eles queriam acabar com os medalhões, fizeram uma eleição na diretoria só e me elegeram Publicitário do Ano. Não sei se foi em 58 ou 59, eu tinha 30, 29 anos. Antes disso, era o Armando de Moraes Sarmiento, Cícero Leuenroth, Armando D'Almeida, era uma turma muito da pesada. E o Silvio Behring, que já tinha recebido o título, que era presidente da ABP, eu acho até que ele forçou um pouco para botar um garoto na contramão. E eu virei Publicitário do Ano, com um banquete de umas mil pessoas no Clube Sírio e Libanês, com o prefeito ou o governador. Não, era o Sá Freire Alvim que estava lá.⁶⁶ Teve um monte de discurso, um monte de coisas... Já virei Publicitário do Ano e tinha o Walter Clark na TV Rio, então eu usava colete vermelho [risos], você entende, fazia tudo. E eu ganhava comissão de uma maneira absurdamente... Na época era assim, ganhava comissão sobre o faturamento geral, não sobre o lucro ou sobre o resultado.

L.H. – Onde era isso?

E.C. - No *Jornal do Brasil* e na rádio. Tinha um *x* sobre o faturamento e a inflação cuidou disso, além dos anúncios, dos clientes, dos anunciantes que eu botei lá. Era muito, mas muito, muito dinheiro. Comprei o diabo. E não tinha complexo de culpa, não. Eu trabalhava sábado até meia-noite, quando rodava a edição de domingo. Trabalhei durante quatro anos e meio, de segunda a sexta, sábado ia mais cedo e saía à meia-noite porque tinha compromisso de paginação, que é o tal negócio de página ímpar, página par, terceira página, quinta página. Então, foi esse tipo de correria, eu fiquei irritado por uma coisa que podia ser pequena e realmente extrapolei com o Nascimento Brito, mas encerrou por aí. Agora, no jornal, nós fizemos muita coisa, mas muita, muita coisa.

I.S. - Quando voltou de Nova York, você ainda foi para agência, antes de ir para o *Jornal do Brasil*. Você foi para São Paulo...

E.C. - Não, não, não. Eu estava em Nova York, acho que em 55 ou 56...

I.S. - Em 55, você fez o programa *O Céu É o Limite*, na Tupi.

E.C. - O que aconteceu foi que o meu pai mandou uma longa carta, dizendo que mamãe estava com câncer. O câncer antigamente era muito mais complicado do que é hoje.

⁶⁶ José Joaquim de Sá Freire Alvim foi prefeito do Rio de Janeiro, então Distrito Federal, entre 1958 e 1960.

Hoje, ele ainda tem esse peso, mas antigamente era complicado. Então, eu e minha mulher nos mandamos de lá e fui ficar em São Paulo, para assistir a uma operação da minha mãe, que fez uma operação e fez outra. Só para encurtar, ela viveu mais 35 anos. Ninguém sabe até hoje o que foi, mas, graças a Deus mamãe viveu muito tempo mais. Eu fiquei em São Paulo esperando. Meu pai falava: “Agora vamos fazer biópsia. Agora, vamos...” Olha, foi um pesadelo.

Mas eu tinha feito esse curso de televisão e via muito televisão em Nova York, procurei o João Carillo, que tinha me ajudado, era o professor de redação do curso. Ele era o diretor da Standard Propaganda em São Paulo. Procurei o João Carillo e falei: “Olha, eu estou por aqui, não sei quanto tempo vou ficar e eu tenho umas idéias. Eu queria fazer um programa de televisão porque é uma coisa que pode andar e eu vou embora, não é emprego, não é nada disso.” Eu estava literalmente morando no apartamento de meu pai, em São Paulo. Ele falou: “Nós temos o cliente aqui meio enrustido, que não anda, essa coisa toda. É a Tecidos Votorantim.” Era do José Ermírio de Moraes e do Antônio Ermírio de Moraes. O José Ermírio morreu agora. O José Ermírio era chegado a futebol, queria ser presidente da Federação Paulista de Futebol, presidente do Corinthians. E o Antônio Ermírio era exatamente o Antônio Ermírio de agora, só que devia ter 30 anos. Não, muito menos. Ele é da minha idade, devia ter uns 28, 30 anos. Aí, o Carillo falou comigo: “Olha, não tem muita coisa aqui. Você fica na Standard de Rádio e TV e tenta vender essa sua idéia.”

A minha idéia era fazer um programa de perguntas e respostas ao vivo, sem rede embaixo. Errou, caiu fora. Dez anos depois, eu descobri que foi o grande escândalo da televisão americana, que lá as cartas eram marcadas. O sujeito rendia, eles investiam no cara e o cara se tornava líder nacional, saía em capa do *Time*. E não era como eu pensei. Eu, muito ingênuo, foi a ferro e fogo. E aí, fui convencer o Antônio Ermírio de Moraes. Eu me lembro de que ele até assinou o contrato com a mão esquerda, me lembro como se fosse hoje. Ele era canhoto. Mas eu falei para ele: “Eu tenho até o título: *O céu é o limite*.” Eu tinha inventado, e tinha um programa nos Estados Unidos que não deu muito certo, porque o programa em que eu me baseei era o *64 Thousand Dollar Question*, pagando 64 mil dólares, na época era muito dinheiro. Era um programa de sucesso nos Estados Unidos. Então, eu vim para cá e convenci o José Ermírio desse programa. O José Ermírio tinha ambições esportivas e falou: “Topo isso.” Mas o meu negócio era *1 Milhão por sua Resposta*. O título no começo não era *O Céu É o Limite*, agora eu estou lembrando. Era o dobro ou nada, você dizia continua ou dá o dobro. Ele falou comigo: “Só que tem uma coisa. Você tem que entender o seguinte: se o programa não pegar, eu não vou manter a palavra de ficar dobrando o dinheiro e dar milhões – de reais, cruzeiros, de patacas, não lembro qual era a moeda. O programa não pegou e eu estou aí pagando uma fortuna. Nós não topamos assim.” Eu fui para casa, voltei, falei com ele: “A idéia seria *O Céu É o Limite*. E a gente faz uma maneira em que o sujeito se candidata para valer, responde tudo, mas na especialidade dele, sem limite também.” O sujeito é especialista em Segunda Guerra Mundial, ele não pode dizer: “Sou especialista na invasão da Normandia.” Ele tem que dizer Segunda Guerra Mundial. Se ele não render, eu pego ele. Se ele render, a gente vai andando com ele sem usar isso. Mas o papel que ele assinava ... Nós botamos um anúncio, apareceu um milhão de gente na Tupi, eu sentei lá na Tupi e fui o primeiro produtor. Então, a gente tinha essa salvaguarda, de que ele podia ser um sujeito de sucesso etc., mas se ele era muito ruim de câmera, de apelo, tinha que jogar ele fora. Se ele era bom, como foi aquela mocinha que respondia sobre o Pluft

aquí, depois se casou com o Carlos Leonam, não sei como ela se chama, ela apareceu agora, outro dia eu vi ela aí...⁶⁷

O que aconteceu? *O Céu É o Limite* começou a estourar, mas o Antônio Ermírio falou – aí vêm as ambições políticas esportivas dele: “Mas o apresentador eu recomendo.” Eu falei: “Quem é?” “Aurélio Campos.” O Aurélio Campos era um locutor de futebol, andava de terno branco, careca, advogado e vereador. Cinco coisas dessas em cima de uma pessoa só, não sobrevive nem se for filho do Rothschild. Terno branco, locutor de futebol, careca, advogado, tinha uma quinta que eu esqueci agora. E era com ele, ou não tinha programa. E o sucesso do programa, por incrível, no começo foi o Aurélio Campos. Ele era tão primata que falava assim: “Shakespeare [pronunciou Xeiquespér], como falam os entendidos aí, aquele inglês...” E o povão da Tupi babava. [Risos.] Olhem que coisa! Vereador, terno branco, advogado, locutor de futebol, tudo! Mas ele tinha aquele negócio do Ratinho ou de qualquer um desses, desse rapaz que está falando aí nas Casas Bahia. É gente que nem nós. Então, isso estourou na Tupi, esse programa tornou-se a principal coisa da Tupi, a principal audiência do Brasil, minha mãe melhorou e eu fui embora.

L.H. - Esse contrato que o candidato assinava, se ele não fosse bom de câmera...

E.C. - Não, eram as regras do jogo. Isso eu aprendi com os americanos. Ele era eliminado.

I.S. - Mas vocês faziam o quê? Uma pergunta irrespondível?

E.C. - Não, a pergunta não era irrespondível. As coisas iam ficando mais difíceis, claro, porque estava valendo milhões. O sujeito entrava dizendo: “Guerra. Quais eram os aliados?” O sujeito falava: “Inglaterra, Estados Unidos e Canadá.” Pronto. “Qual era o Eixo?” “O Eixo era Itália, Japão e Alemanha.” “E quem era o primeiro-ministro durante a guerra?” “Era o Churchill.” E depois você entrava pelas coisas mais fechadas, mas sempre de memória e de decoreba, não era nada dizendo qual a sua opinião sobre o império britânico face à invasão do campo. Então, era por aí.

Eliminei um que apareceu lá, eu pedi que ele se inscrevesse, se chamava Fred Jordan, era um dos melhores gráficos do Brasil. Ele era alemão, tinha vindo da Alemanha, os pais dele eu acho que morreram na guerra, não me lembro bem. Era um sujeito genial. Ele morreu, recentemente o Millôr fez uma meia página sobre ele na sua coluna. Fred Jordan, um grande amigo meu também. E o Fred Jordan sabia de música como ninguém no mundo, música clássica, erudita. Com dez segundos de um concerto, ele dizia violino, primeiro violino, maestro. Ele falava Furtwängler, Filarmônica de Berlim, 1936. Só que a vitrola da Tupi era vagabunda e ele tinha dificuldade. Ele punha aquele negócio e falava: “Repete pelo amor de Deus, repete por favor.” Ele acabou sendo eliminado, depois me chamou de lado e falou: “Edeson, o disco era ruim demais.” A Tupi era o que era a televisão brasileira, com aqueles cenários, com geladeira que não abria, você puxava a geladeira e caía a geladeira em cima. [Risos.]

Mas eu estava com um emprego congelado em Nova York, minha mãe melhorou, eu deixei e começou uma grande briga sobre quem era o dono do título *O Céu É o Limite*, se era a Tupi, se era a Standard ou se era a Votorantim. A Votorantim

⁶⁷ Micheline, esposa de Carlos Leonam, jornalista, fotógrafo, diretor de arte, cineasta e publicitário. Leonam trabalhou na *Tribuna da Imprensa*, *Jornal do Brasil*, *O Globo*, *Canal 100*, *O Cruzeiro*, *Veja* e *O Pasquim* e escreveu *Os degraus de Ipanema* (1997).

saiu fora. O Ermírio pai – que não é Antônio nem José Ermírio, era o pai deles, que tinha se casado com a filha do Pereira Inácio, ele veio do Nordeste e depois se tornou senador – arrumou uma briga com o Chateaubriand por causa disso.⁶⁸ Eles passaram o programa para a Helena Rubinstein, que patrocinou depois, aí já com o Jota Silvestre.

L.H. - Durante décadas, não é? Décadas.

E.C. - Eu não sei de décadas, mas marcou uma geração. Esse título era meu e eles ficaram brigando através da imprensa, tribunais, o diabo a quatro. Chateaubriand *versus* Antônio Ermírio. Eu acho que chegou a uma briga complicadíssima de direitos autorais e tudo isso. E o autor estava em Nova York, auxiliar do escritório em Nova York. Tem gente que me conhece há mil anos e não sabia de *O Céu É o Limite*, que eu fui a pessoa que fez.

I.S. - Nesse período, você também trabalhou na Dória e Associados, em São Paulo.

E.C. - É, o Dória, que tinha sido da Standard e é pai do João Dória, esse João Dória que foi da Embratur e tem esse programa na televisão.⁶⁹ Era o João Agripino da Costa Dória. Nessa época em que eu estava querendo vir embora, ele falou: “Você vai trabalhar comigo.” Eu falei: “Vou? Não vou?” Ele tinha a Dória e Associados, lá em São Paulo.

I.S. - Mas você ainda estava...

E.C. - Eu estava fazendo o programa. O meu irmão ficou cuidando da produção do programa, o Coelho Neto, que era intelectualmente – é até hoje – bem melhor do que eu, ficou lá cuidando, se debatendo. Porque vocês não queiram saber o que era fazer televisão nessa época. Faltava luz, gente, microfone, locutor, água... Era uma loucura. Era assim a televisão no Brasil. No meio disso, eu fui para a Dória para ver como ficava, ver se não voltava para os Estados Unidos. Mas foi difícil, e eu fiquei uns tempos na Dória, cuidando de Pierre Balmain, que vinha lançar uma coleção no Brasil, e tinha a Sapatos Clark. Tinha outros clientes que eu não lembro agora. Mas foi o João Dória que mandou uma carta... Com muita grandeza – eu abandonei ele, pedi demissão, deixei ele lá, trabalhei lá três meses, não sei quantos, dois meses –, ele mandou uma carta para a Dora Vasconcelos, que era amiga dele. Não sei se ela era baiana, o que era. Ela é irmã do José Vasconcelos.

I.S. - O humorista?

E.C. - Não, não, o humorista não. O que foi da Nacional. Ele era musicólogo e crítico de música, o diabo a quatro. Eu acho que ele foi até diretor da Rádio Nacional. E a Dora passou a ficar mais amiga minha, convidar para as coisas etc. Ela era a cónsul-geral do

⁶⁸ José Ermírio de Moraes (1900-1973), ministro da Agricultura (1963) e senador por Pernambuco (1963-1971), casou-se com a filha de Antônio Pereira Inácio, em 1925. Em 1926, nasceu José Ermírio de Moraes Filho e, em 1928, Antônio Ermírio de Moraes.

⁶⁹ João Agripino da Costa Dória, jornalista, iniciou sua carreira na Standard, em 1944 e fundou, com Rogério Severino, a Dória & Associados, em 1951. Manteve-se à frente da agência até 1964. Foi deputado federal entre 1963 e 1964. João Dória Júnior, jornalista e publicitário, apresenta o programa Show Business, exibido semanalmente pela Rede TV. Foi diretor de comunicação da Rede Bandeirantes de Televisão, entre 1979 e 1982, e presidente da Embratur entre 1985 e 1987.

Brasil em Nova York e aí eu tive jantares com Tennessee Williams, Villa-Lobos... Mas também tinha Ivon Cury, Cauby Peixoto. Tudo que ia a Nova York, a Dora recebia. Para cada Tennessee Williams desse, tinha um Cauby Peixoto e um Ivon Cury.

[FINAL DA FITA 3-B]

L.H. - Antes da sua saída do *Jornal do Brasil*, a gente tem a informação de que você foi um dos fundadores do IVC, o Instituto Verificador de Circulação.⁷⁰

E.C. - O que aconteceu, de uma maneira um pouco simples, é que eu batalhei muito na ABP para que ela tivesse uma característica de melhoria profissional. Outros queriam as características políticas, outros queriam que ela fosse sócio-recreativa. Essa discussão não vai acabar nunca, eu não estava necessariamente certo, mas acho que o Armando chega lá e está pensando em fazer um festival decente, em fazer alguma coisa para a profissão no todo.⁷¹ Ela não é sindical, ela não é um órgão de sindicato nem um órgão patronal. Então, ela ficou muito perdida quando a capital saiu daqui. É uma coisa assim de sacrifícios, eu diria de abnegados. O Armando é um, eu fui outro. O Armando propôs que eu fosse. Antes de o Armando entrar, ele me telefonou e eu falei: “Armando, eu tenho 12, 18, 16 anos de ABP e eu deixei de trabalhar... A minha representatividade não é legal nisso e eu pretendo morar em Araras.” Quando parei na DPZ, eu já estava em Araras. Então, o IVC apareceu... Eu acompanhava muito o *Audit Bureau of Circulations*, seria o ABC americano.⁷² O americano tem mil organizações paralelas de suporte. Quando a gente fala em Conar, em padrões, em coisas assim...⁷³ O americano tem tudo isso, de 1912, 1915.

L.H. - Todas as séries históricas.

E.C. - Eu tenho aqui uma anotação, rapidinho... [Folheando:] Em fim de 1800, 1890 e tanto, existiam nos Estados Unidos diversas agências de propaganda com associação de propaganda etc. Em 1829, 12 diários de Nova York publicaram, em um ano, 1.458.516 anúncios. Só em Nova York. Em 1829, tinha 12 diários em Nova York. Eu tenho livros sobre publicidade americana que comprei quando morava lá e, ontem à noite, perdi o sono e comecei a ver isso aqui e achei que hoje eu ia montar tudo direitinho, que a minha entrevista era amanhã. Então, *Harper's Bazaar*, *Ladie's Home Journal*, *Saturday Evening Post* já circulavam em 1800 e tanto. *Harper's Bazaar*, *Post*, todas essas revistas estão lá. Que coisa! O *Herald Tribune*, o *New York Times*, estão todos lá tranquilos, trabalhando. Nós ficamos aqui dizendo: “Ah, porque *A Gazeta e Notícia* de Recife...

⁷⁰ No I Congresso Brasileiro de Propaganda (1957) decidiu-se pela criação do Instituto Verificador de Circulação, sob os auspícios da ABP – Associação Brasileira de Propaganda. A determinação foi concretizada em 1º de novembro 1961, com a criação do IVC, com a função de fornecer números realistas sobre a circulação de publicações no Brasil.

⁷¹ Refere-se a Armando Strozenberg, presidente da ABP – Associação Brasileira de Propaganda, eleito em 2001 e reeleito em 2003.

⁷² O Audit Bureau of Circulations, fundado em 1914, é uma organização de auditoria, composta por anunciantes, agências e veículos de comunicação, responsável pela verificação da circulação e audiência dos veículos associados, bem como pela disseminação dessas informações.

⁷³ Em 1979, um ano após o III Congresso Brasileiro de Propaganda, foi criada a Comissão Nacional de Auto-regulamentação Publicitária, sem personalidade jurídica. Em maio de 1980, a entidade foi formalmente criada e, em 20 de outubro do mesmo ano, sua denominação social foi mudada para a atual, Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária (Conar). Seu objetivo é aplicar o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, aprovado por aquele congresso.

Que fim levou *A Gazeta*?” O *Correio Braziliense* da época também. Morreu tudo. E eles estão lá ainda. Publicar um milhão e duzentos mil anúncios num ano, em 1813!

I.S. - E eles naquela época... Quer dizer, isso é uma medida que eles fizeram...

E.C. - Eles já sabiam de estatística. Não, eles tinham as coleções, têm tudo. Não são feito nós, que não temos rolo dos filmes que fizemos ano passado. Mas nós estávamos, perdão...

L.H. - No IVC.

E.C. - IVC, não sei. Eu não sei. O Caio Domingues era o presidente, eu era o vice-presidente da Associação Brasileira de Propaganda...⁷⁴

L.H. - Caio Domingues era o presidente em 61.

E.C. - É, Caio Domingues era o presidente. Então, o que aconteceu? Eu forçando o problema de circulação de jornais porque eu estava no *Jornal do Brasil*. Contava com o Behring e com *O Globo* porque eles estavam muito bem em circulação. *O Globo* sempre teve uma posição muito definida, muito empresarial, muito clara com jornalistas, anunciantes, assinantes, jornaleiros, o que fosse. Dr. Roberto era um mestre nisso. *O Globo* era impecável e o Sílvio Behring também. Eu propondo o negócio com o Behring, e tinha um nome bom chamado Caio Domingues. Sério, limpo, entusiasmado. Ele era um pouco escoteiro e um pouco americano demais para o meu gosto [riso], mas eu confesso que, para o Caio ser americanófilo perto de mim, é porque ele era demais mesmo. Então, apareceu, e aí eu não sei mesmo, porque a paternidade não tem nenhuma importância... “Vamos fazer o IVC.” Você fala: “Ah, vamos.” Aí você pega e faz, e eu falei primeiro “Vamos”. Isso, a essa altura da minha idade, do campeonato, não tem nenhuma razão. O Caio foi até morrer o melhor amigo meu, um dos maiores amigos meus, então não sei quem veio com a idéia.

Mas o que aconteceu foi que, pelo *Jornal do Brasil*, eu banquei essa idéia. É difícil dizer hoje, mas eu banquei porque o *Jornal do Brasil* tinha interesses mais do que legítimos em, subindo a circulação, acontecendo como ele estava acontecendo, no auge do *Jornal do Brasil*, do suplemento, das coisas, que isso não fosse percebido. Porque a circulação antigamente era assim ... Altino João de Barros, fundador da publicidade no Brasil, de McCann-Erickson ele tem uns 54 anos, ele está mais novo do que nós todos juntos, filho de português, o que já é um negócio... Para começar o jogo, você ser filho de português nos anos 40, 50 no Brasil era uma anedota. Os gerentes de mídia ou os auxiliares de mídia iam aos jornais para ver os livros-caixa, depois iam à Cacex para ver importação de papel, depois iam conversar com os jornaleiros para saber da circulação. De quem? Do *Correio da Manhã*, por exemplo. O maior jornal do Brasil política e empresarialmente, prédio na Gomes Freire, um bruta prédio. Ia para lá o Altino e falava: “Ah, desculpe, estou aqui numa posição incômoda, queria ver os livros.” Um diretor famoso do *Correio da Manhã* falava assim: “Ah, o senhor quer ver os livros? Fulano, traz aí os nossos livros de caixa, de circulação, contabilidade...” O sujeito trazia os

⁷⁴ Caio Aurélio Domingues passou pela Grant, J. W. Thompson e Almap. Em 1972 fundou sua própria agência, a Caio Domingues e Associados, em sociedade com William John Norman, Hugo Weiss e Carlos Eduardo Meyer. Foi presidente da ABP – Associação Brasileira de Propaganda por duas vezes (1961-1963 e 1983-1985).

livros, ele pegava os livros fechados e falava assim: “Está aqui. Pode voltar para o seu padrão e dizer que você já viu os livros.”

L.H. - Livros fechados.

E.C. - Fechados. Foi em 50 e tantos. “Você veio aqui em nome do presidente da McCann-Erickson, em nome de seus anunciantes, você quer ver os livros? Fulano, traz os livros aí. Estão aqui os livros. Já viu? Olha aqui, estão aqui os livros. Leva os livros embora. Obrigado. Já viu os livros. Muito obrigado, meu jovem.” Lá ia o Altino embora. Assim era a circulação. A mentira era exagerada. Eu já diria que era fantasia. Tudo que eu falo termina em mentira e fantasia, o que fica horroroso, fica negativo aqui, mas mentia-se circulação de uma maneira deslavada. Mais exagerada porque estava diretamente ligada ao sucesso, ao preço do jornal ou custo por milheiro. Porque a mídia evoluiu mais do que os jornais nesse sentido, a mídia nos padrões americanos.⁷⁵ E o pessoal de mídia começou a ver custo por milheiro, GRP em televisão.

L.H. - O que é GRP?

E.C. - Gross Rating Points. É uma fórmula complicada em que você mede por televisão aquela audiência, quanto aquilo dá em pontos. Depois você precisa fazer uma campanha que faz por dia 50 GRPs. GRP já caiu de moda, já está mais sofisticado ainda, mas é...

L.H. - Uma metodologia para saber quanto custava o minuto de publicidade.

E.C. - Era uma unidade. Quanto custava e se compensava *vis-à-vis*... O começo do Ibope, depois da Audi-TV.⁷⁶ Então, esse IVC apareceu assim e não tinha outra maneira... Aí voltamos ao Mao Tsé-Tung: como se faz uma marcha? [riso] Sai andando, anda cinco anos, atravessa a Mongólia, e faz sua marcha dando o primeiro passo. Eu falei: “Tem que começar o IVC na raça.” Eu cometi alguns erros, alguns atropelos, mas nós começamos no escritório da ABP. Eu cedi *part-time* o diretor de circulação do *Jornal do Brasil*, chamava-se Hilcar Leite.⁷⁷ Era um sujeito que não tinha um dente na frente, foi arrebitado acho que pelo Dops ou pelo Getúlio.⁷⁸ Ele era trotskista, comunista, ia preso e era o homem de confiança do Carlos Lacerda na *Tribuna da Imprensa*. E ele foi para o *Jornal do Brasil*, é daqueles que faziam o jornal. Ele era secretário de redação, depois abrangia impressão, rotativa, é daqueles sujeitos que dormem enquanto o jornal está rodando; a rotativa pára, ele acorda. Esse Hilcar Leite é um tipo inesquecível. Ele foi para lá para montar o IVC.

⁷⁵ O entrevistado está se referindo ao departamento de mídia das agências, encarregado da compra de espaço nos veículos, e não aos meios de comunicação em geral.

⁷⁶ O Audi-TV foi fundado em 1969, por Maxime Castelnau e Paulo Pinheiro de Andrade, com o objetivo de fornecer informações sobre audiência de televisão. Utilizava um aparelho criado por Helio Silveira da Mota, chamado tevêmetro, para registrar o canal sintonizado em um determinado aparelho de TV minuto a minuto. O Audi-TV foi vendido para o Ibope em 1985.

⁷⁷ Hilcar Ferreira Leite, militante comunista, fundou o jornal *Vanguarda Socialista* e foi membro do Partido Socialista Brasileiro. O CPDOC tem em seu acervo de história oral uma entrevista de Hilcar Leite, gravada em 1984, no contexto do projeto "Velhos Militantes", em vigência entre os anos de 1983 e 1986. A transcrição do depoimento integra o livro *Velhos militantes: depoimentos de Elvira Boni, João Lopes, Eduardo Xavier, Hilcar Leite / Ângela de Castro Gomes (Coordenadora); Dora Rocha e Eduardo Stotz*. Rio de Janeiro: Zahar, 1988. 204p.

⁷⁸ Dops: Departamento de Ordem Política e Social.

Arrumamos um contador, arrumamos tudo e houve uma espécie de adesão, com um pouquinho de vista grossa. Entra quem quer entrar de veículo – que eram jornais e revistas – e declara o que está vendendo. E tem seis meses para o IVC comprovar, ajustar etc. Em outras palavras, você diz que é afrodescendente e entra para a universidade e depois não é bem isso. Ficou no sol, você tinha um tio-avô que tinha um pé na cozinha, no caso do Fernando Henrique, aquelas coisas... Mas era por aí. Então, nós fizemos isso. Eu tinha um *slogan* na época que era meu para isso aí, mas ele não é meu de todo: “O IVC, como a crase, não foi criado para humilhar ninguém.” Porque o sujeito começava a discutir a crase, terminava um vexame, porque você é ignorante. Tem crase nessa palavra, não tem. Então, eu inventei e falava com o pessoal de veículo. Eu ia aos veículos convencer eles a entrar e dizia: “Olha, o IVC é como a crase, não foi criado para humilhar ninguém. Você entra e depois começa.” Claro que quem estava entrando, de cara, era a Editora Abril; os Civita entenderam e entraram e já tinham os seus métodos. Porque o Robert Civita estagiou no *Time* em Nova York. Então, as regras do jogo ele conhecia bem. O Civita sabia bem o que significava isso. *O Globo* entrou porque, se trambicava ou não, não sei, mas era gente organizada, grande, tinha uma posição de hegemonia muito grande. Os outros foram entrando. Manchete deu uma mão-de-obra desgraçada. Mão-de-obra de *rrrrrrr*, entende aquele negócio? Vamos lá, não é? Porque os Bloch, você tira o charme deles, essas coisas todas, como empresários eles eram muito complicados, muito difíceis.⁷⁹

I.S. - Era uma organização familiar, não tinha...

E.C. - Era um *family affair* complicado, sendo que a família não se entendia também. Quer dizer, o Adolpho não gostava do Oscar, o Oscar esperava que o Adolpho morresse, aí o Oscar acabou morrendo primeiro.⁸⁰ Nada ali dá certo, a não ser a grandeza do Adolpho e a capacidade de trabalho deles e o charme. E a grandeza de apostar em desenvolvimentismo, ser a favor das coisas. Morreram otimistas. Isso tem um mérito legal. Eu era muito de casa com os Bloch. O que fosse de jantar, em Teresópolis, se tinha que convidar dez pessoas, eu era uma delas. Gostava muito, chorei muito quando o Adolpho morreu. Mas vamos lá. O IVC precisava deslanchar. Então, teve um vale-tudo e uma acomodação no começo. Depois, por políticas paulistas, contra o meu voto, de maneira dramática, em reuniões dramáticas, a ABP abriu mão ou saiu. Não vou fazer um julgamento aqui, um Nuremberg nem nada, porque o IVC ficou autônomo, patrocinado pelos veículos que pagam para serem auditados, mas pagam legitimamente. Quer dizer, se pertence ao IVC, paga. Eu acho que até, na época, no começo, era de acordo com a tiragem ou de acordo com o faturamento bruto do veículo. Tinha uma tabela, uma coisa dessas.

Hoje eu não sei muito do IVC, estou muito afastado, mas foi o primeiro negócio para valer de moralização e avaliação das coisas. Foi o primeiro a arrumar a casa e criar as regras do jogo. Hoje, eu não sei, mas no tempo em que eu acompanhei, o IVC passou a ser uma das coisas mais importantes em avaliação publicitária. Porque o resto são prêmios e eles têm um caráter muito de julgamento pessoal, de puxar para cá, puxar para lá. A gente sabe como funcionam os festivais, e o melhor acaba ganhando, o mais criativo. Mas tem muita política, muita coisa. E o IVC terminou na mão de auditores e de contadores que acompanham. E, no começo, para ter que suspender a *Manchete* ou

⁷⁹ A revista *Manchete*, de propriedade da Bloch Editores, foi lançada em 26 de abril de 1952 por Adolpho Bloch no Rio de Janeiro.

⁸⁰ Oscar Bloch Sigelmann (1924-1995) é sobrinho de Adolpho Bloch.

ter que suspender o jornal não sei de onde, passou a ser uma coisa levada a sério. Porque depois que ele alçou vôo, ficava muito difícil você entrar em uma agência e falar: “Ah, a direção do jornal não aceita o IVC.” Você falava: “Bom, quando você entrar no IVC, volta aqui para a gente ver a programação da Coca-Cola, da Esso ou da Shell.” Houve uma chantagem branca de todos os lados.

L.H. - Os veículos ficaram obrigados a entrar no IVC para poder até negociar.

E.C. - Houve uma chantagem branca, mas por uma causa boa. Então, o IVC é um troço que eu tenho realmente muito orgulho de ter participado disso e lamento que ele tenha saído da ABP. Lamento de maneira assim anímica, pessoal, de tristeza, você entende? Você criar um negócio, [que] tinha, obviamente, o Caio Domingues, tinha o Sílvio Behring, tinha o *Jornal do Brasil*, que bancou muitas despesas - que *O Globo* não saiba, mas o *Jornal do Brasil* bancou. Como precisava disso, pagar aquilo, fazer aquele negócio, qualquer coisa tinha que entrar o *Jornal do Brasil*. Caio Domingues, por ser da Thompson na época, pressionava muito em nome da Thompson, em nome das mídias. Então, foi um sucesso com muitas mãos, muitas cabeças. Mas valeram as aporrinhações. O IVC foi um negócio sério.

I.S. - Mas ele se tornou um órgão autônomo?

E.C. - É um órgão mantido pelos veículos, hoje. Eu acho que é isto, porque não é mantido nem pela Abap nem pela ABP nem nada.

L.H. - Você foi presidente da ABP, mas não botou a data no seu currículo.

E.C. - Eu estava na Time-Life e depois, no meio disso, fui para a Salles. Deve ter sido 79, 80. Era biênio lá, acho que foi 81 e 82. Mas eu fui vice-presidente, secretário, diretor...

I.S. - A vice-presidência foi nessa época, em 61, quando se criou o IVC.

E.C. - Eu era vice-presidente do Caio. Eu acho que foi com o Caio e tinha o Herculano Siqueira, que já morreu, o Caio já morreu.⁸¹ Não sei se o IVC já morreu, mas o Herculano lutou muito pelo IVC também. E o Hilcar Leite eu acho que morreu, ele era bem mais velho do que eu. Não tem ninguém mais velho do que eu vivo, então acho que o Hilcar Leite também deve ter morrido. Foi um sujeito de grande importância no IVC.

L.H. - Depois de sair do *Jornal do Brasil*, você foi para a revista *Senhor*, durante uns dois anos praticamente.

E.C. - No finzinho do *Jornal do Brasil*, pouco antes da minha crise com o *Jornal do Brasil*, a revista *Senhor*, que era uma experiência fantástica no Brasil, tanto de jornalismo, de revista, de artes gráficas, de edição...⁸² Eu acho que seria feito a

⁸¹ Herculano Siqueira passou pela Thompson, Grant e foi gerente do escritório carioca da Salles. Foi presidente da ABP – Associação Brasileira de Propaganda, entre 1963 e 1965.

⁸² A revista *Senhor* começou a ser publicada mensalmente, no Rio de Janeiro, em março de 1959, pela Editora Senhor S.A., de propriedade de Simão Waissman. A equipe inicial da revista era dirigida pelo editor e redator-chefe Nahun Sirotsky. Antes do encerramento de suas atividades, em março de 1964, passaram pela direção da revista Odylo Costa Filho, Reynaldo Jardim e Edeson Coelho. A revista foi

Bauhaus, era feita para não voar, feita para não dar certo, bancada primeiro pelo Simão Koogan...

I.S. - Simão Waissman.

E.C. - Simão Waissman. Depois tinha um Koogan. Eles eram o quê, parentes?

I.S. - Eles eram primos, primos irmãos.

E.C. - E eles tinham a Editora Delta. Levados pelo brilho do Naum Sirotsky, que era – era e é – um sujeito brilhante, entusiasmado. Convenceu eles a fazerem uma revista de alto gabarito. Não só convenceu, como fez, o Naum Sirotsky mais um bando: Scliar e outros. Mais um bando! Essa é uma história muito grande, eu escrevi a história da revista *Senhor* e publiquei na segunda *Senhor*, mas aí já foi meu irmão que fez e obviamente não deu certo. A *Senhor* foi feita para não dar certo, tinha tudo quanto era caveira-de-burro por cima. Mas ela foi feita com o requinte, com a grandeza do Simão Waissman. Muita grandeza. É aquele negócio: você vai fazer um museu, vai fazer alguma coisa, você entra ou não entra. Se entra, entra direito e eles entraram direito. Essa revista, não sei que pedaço, eu não estava lá, ela foi comprada, era impressa na Artes Gráficas Gomes de Souza, AGGS. Essa Artes Gráficas Gomes de Souza pertencia a um grupo muito, muito vivo, mas bota vivo nisso, que era a LTB, Listas Telefônicas Brasileiras, do velho Huber, depois o Gilberto Huber, que é filho. O mesmo Gilberto Huber, junto com o Harold Poland, naquelas coisas de patrocinar a anti-revolução, na época da direita braba, com Ultragás, Peri Igel, Gilberto Huber, Haroldo Poland e outros, que patrocinavam os jornais para derrubar o Jango, essas coisas todas. Tem uma parte negra aí, mas isso também não tem nenhuma importância.

I.S. - Eles compraram a *Senhor*?

E.C. - A LTB comprou a *Senhor*. Nessa época, eu ainda no *Jornal do Brasil*, inventei, com o Herculano Siqueira e com o Carlos Lage, esse sobrinho do Henrique Lage, que tinha se casado com a Bezanoni Lage... Ele não era um sujeito sofisticado, era um sujeito brilhante, trabalhador e muito neurótico. Era daqueles milionários que voltaram a trabalhar, escrever capítulo de novela, programa de rádio para poder viver. Foi casado com Lígia Bojunga, que ganhou agora esse prêmio internacional de literatura infantil. Antes disso, ele foi casado com a Aimée e acho que com a filha do Procópio Ferreira também, com a Bibi Ferreira. Não sei. Bobeava, ele casava. Então, esse Carlos Lage, o Herculano Siqueira e eu, por idéia, essa realmente foi idéia minha, inventamos fazer um negócio que era a grande novidade: Videotape Center. Que seria gravar programas, distribuir para as televisões do Brasil etc., que era já uma outra experiência que eu tinha pegado nos Estados Unidos. Aí, precisava de dinheiro para comprar os videoteipes, fazer os estúdios.

I.S. - Mas isso na *Senhor*?

E.C. - Não, eu no *Jornal do Brasil*, quietinho lá. A minha cabeça só pára quando eu durmo ou quando eu perco a voz. [Riso.] Esse Videotape Center era um troço tão

reeditada a partir de janeiro de 1971, em novo formato, pela Inter Editores S.A., sob a direção de J.E. Coelho Neto, Laerte Padilha e, depois, Edeson Coelho.

grande que a gente pensava em fazer um negócio que seria o grande produtor independente de programas, de *shows*, essas coisas. As televisões com que eu conversei achavam isso ótimo, comprar um programa pronto, que é o enlatado de hoje e que na época era um rolo, uma confusão. E eles ficavam aqui com Derci Gonçalves segurando o cenário, aquelas coisas. Então, o videoteipe ia dar um banho de tecnologia.

L.H. - Isso era para vender anúncio?

E.C. - Não, não. Para produzir programas. Seria uma central de produção de programas, documentários, entrevistas, *shows* musicais, o diabo. Isso precisava de muito dinheiro e alguém me aconselhou o sujeito da moda, que já tinha umas 20 empresas, se chamava Gilberto Huber. Eu o procurei e ele me apresentou um pessoal que era dono do Café Globo, não sei como se chamava. Tinha uma casa no Alto da Boa Vista, que cedeu o terreno, eu já era amigo do Sérgio Bernardes e procurei o Sérgio Bernardes para fazer o projeto do Videotape Center.⁸³ Fomos andando, aí o Jânio Quadros tomou posse e cancelou a importação. Teve uma Instrução 204, cancelou tudo, o projeto ficou inviável e eu fiquei quietinho no *Jornal do Brasil* [riso].⁸⁴

E conheci o Gilberto Huber, que um dia me telefona dizendo: “Edeson, não é do nosso perfil uma revista como a *Senhor*.” O Reynaldo Jardim já estava na revista, meio deixando o *Jornal do Brasil* como editor-chefe no lugar do Odilo Costa Filho. Saiu o Naum, entrou o Odilo Costa Filho, no lugar do Odilo ficou o Reynaldo Jardim, que era praticamente um irmão meu. O Gilberto Huber falou: “Eu passo o controle da editora para você e você assume as dívidas, compromissos, qualquer coisa.” Reynaldo Jardim e eu ficamos tão apaixonados que não chamamos um auditor nem nada. Nem houve muita má-fé do Gilberto Huber. Ele queria se livrar do negócio e disse: “O lha, está andando aqui, tem uma coisa a pagar aqui, uma coisa ali etc.” Antes disso, eu tinha convidado o Nascimento Brito para trabalhar comigo na *Senhor* e botar o *Jornal do Brasil* como sócio. Mas, quando eu me indispus com ele, eu falei: “Vou sozinho nesse negócio.” O Reynaldo estava na *Senhor*. Eu fui para lá e começou o meu calvário.

A AGGS imprimia a revista *Senhor* com 120 dias, porque a AGGS pertencia ao grupo.⁸⁵ Mas o Gilberto Huber dava autonomia e cobrava de cada diretor da empresa dele a vida e o sangue para aquele negócio dar lucro. Ele transformou os 120 dias de prazo de pagamento em 30. E nós não tínhamos um tostão, eu e o Reynaldo. Daí começou a dificuldade: troca de gráfica, a gráfica queria receber adiantado porque nós estávamos devendo na AGGS e aí eu vendi um apartamento, vendi um terreno, vendi um carro e fui andando com a revista *Senhor* até a revolução. A qualidade na minha mão, na mão do Reynaldo, infelizmente piorou muito. Quando nós começamos, tinha uma casa de três, quatro andares na Santa Clara em que o mais humilde era Guimarães Rosa, que ia lá receber. Chegava lá o Drummond para receber a colaboração dele. E era assim. O *Jornal do Brasil* paga, sei lá, cem dracmas por um artigo; a revista *Senhor* pagava três mil. Vocês entendem? A revista *Senhor* fez aniversário, não no meu tempo,

⁸³ Graduado em 1948 na Faculdade de Arquitetura do Rio de Janeiro, Sérgio Bernardes (1919-2002) teve uma meteórica carreira profissional, recebendo já em 1954 o Grande Prêmio de Arquitetura da Bienal de Veneza. Sua obra foi marcada por três elementos: a forte presença da natureza, o emprego dos materiais locais e a utilização da tecnologia avançada. Além da arquitetura, destacou-se na criação de mobiliário e na planificação urbana.

⁸⁴ A Instrução 204, expedida pela Superintendência da Moeda e do Crédito (Sumoc), em 1961, promoveu a liberalização cambial e gerou enorme valorização do dólar.

⁸⁵ Está se referindo a prazo de pagamento.

e trouxeram a Margot Fonteyn para o Teatro Municipal.⁸⁶ Tirar a Margot Fonteyn do Metropolitan ou do Covent Garden e trazer ela para dançar no Teatro Municipal, paga pela revista *Senhor* para convidados... eu acho até que foi a rigor. Era o Ivan Meira, um sujeito que se casou com a filha do Cícero Leuenroth, depois ele morreu em um desastre de aviação.⁸⁷ Casou-se com a Dorinha, que era filha do Cícero Leuenroth. O Ivan Meira era um sonhador, mais o Naum, mais todos eles, fazendo uma coisa bonita que não precisava dar lucro porque o Waissman bancava. Não precisava dar lucro porque a LTB bancava. Na minha hora, não precisava dar lucro, eu vendi tudo que tinha e fiquei a zero do que eu ganhei no *Jornal do Brasil*. Foi uma loucura. No último número, o sujeito falou: “Ou paga agora ou não entrego.” Nós fomos lá tentar roubar três números para o arquivo. Eu fui - não sou mais porque nos afastamos - mas eu era um bom amigo de Zé Luís Magalhães Lins, que era a grande figura do Banco Nacional de Minas.

L.H. - Magalhães Lins ou Magalhães Pinto?

E.C. - Magalhães Lins. Ele era a família torta do Magalhães Pinto.⁸⁸ Ele era filho de um irmão pobre, de uma tia pobre, de um avô pobre, mas graças ao talento, à capacidade e à neura dele - era um neurótico que eu nunca vi na minha vida, nem o Howard Hughes era tão neurótico em termos de assepsia da sala dele, sem papel na mesa, não pegava... Eu também não pegava na mão de ninguém, nem beijava. O Zé Luís e eu fizemos amizade, eu no *Jornal do Brasil* e ele lá. E ele era o grande... o Zé Luís Magalhães Lins, pelo Banco Nacional, lembrem-se de que o Banco Nacional era um banco mineiro, com o Magalhães Pinto e a família lá. Aqui morava Zé Luís Magalhães Lins, que mandava, desmandava, financiava, comprava, vendia. Comprava coisas e financiava o *Diário de Notícias*, *O Dia*, o *Jornal do Brasil*, a TV Tupi, TV Excelsior, TV Tamoio, o que fosse era com o Zé Luís. Ele ficava branquinho, limpinho, em uma mesa sem um papel, uma mesa de vidro, sem gaveta. Ele tinha uma agenda. “Pois não, o senhor quer um milhão? Paga como? Ah, para dia 23.” Aí, ele ia para a página 23, escrevia: “Dia 23, pagamento.” Aí falava: “Procura o Juarez aqui embaixo.” Era o gerente do Banco Nacional de Minas, gerente de uma agência. Ele ligava: “Juarez, vai aí um amigo meu.” Ele fez papagaios, como a gente chamava empréstimo, promissória, para todos os jornalistas que escreviam alguma coisa no Rio de Janeiro ou todo colunista. Valia não pagar, mas tinha que ir lá e falar: “Olha, venceu o meu papagaio, a minha promissória, não vou pagar.” Ele: “Não se preocupe, meu amigo. Que dia você quer?” Com isso, ele ficou financiando o *Diário de Notícias*, *O Jornal*, *Correio da Manhã*, *Jornal do Brasil*, TV Tupi, Associados, um pedaço da TV Rio, TV Excelsior. Depois apelou para o Wallinho Simonsen, que botou dinheiro, aí entrou o governo, a PanAir.⁸⁹ O Wallinho

⁸⁶ Margot Fonteyn (1919-1991), bailarina inglesa de grande popularidade a partir da década de 1940, quando integrou, na qualidade de estrela principal, o corpo de baile do Royal Ballet de Londres.

⁸⁷ Cícero Leuenroth (1907-1972) estudou administração e propaganda na Columbia University, Estados Unidos. Voltou para o Brasil em 1929, trabalhando no Citybank e em A Eclética, agência da qual seu pai, Eugênio Leuenroth, era sócio. Desentendendo-se com seu pai, em 1933 partiu para a fundação de sua própria agência, a Standard Propaganda, em sociedade com Pery de Campos e João Alfredo de Sousa Ramos, no Rio de Janeiro (chamava-se ainda Empresa de Propaganda Standard). Em 1969 foi iniciada a venda da agência para a americana Ogilvy & Mather, concluída apenas em 1972, quando passou a se chamar Standard, Ogilvy & Mather. Cícero Leuenroth foi membro da comissão organizadora da ABP – Associação Brasileira de Propaganda, que presidiu entre 1946 e 1947.

⁸⁸ José Luís Magalhães Lins é sobrinho do governador Magalhães Pinto.

⁸⁹ A companhia aérea New York-Rio-Buenos Aires Line (NYRBA) foi criada em 1929 e passou a operar no Brasil em 1930. No mesmo ano a empresa foi comprada pela PanAm, que contava com subsídios do governo norte-americano, e passou a chamar-se PanAir do Brasil. A PanAir foi inovadora na aviação

Simonsen tinha a PanAir do Brasil, e comprou do Pipa do Amaral a TV Rio, com o Walter Clark, todo mundo lá dentro.⁹⁰ Então, o que aconteceu?

L.H. - Você foi lá nesse cara, o Zé Luís.

E.C. - Eu fui ao Zé Luís. Eu fui lá por quê? Agora, precisamos ver. Eu estava contando a *Senhor*. Ele falou assim: “Não, vamos falar com o Zé Aparecido.”⁹¹ Que era, sempre foi o grande homem, o grande político do Magalhães Pinto.⁹² Até hoje... Ele foi acho que adido cultural em Portugal. O Zé Aparecido era um *man about town*, era um homem que sabia das coisas, que fazia tudo. “Você procura o Zé Aparecido para salvar a revista *Senhor*.”

Antes disso, eu fui procurar o Juscelino Kubitschek, que estava no vinagre, no apartamento de um amigo dele, meio exilado ali no Leme. Eu fui lá, falei com Osvaldo Penido, que já conhecia do jornal, era o braço direito, era o Zé Dirceu do Juscelino, o Osvaldo Maia Penido.⁹³ Ele falou: “O presidente está repousando agora.” Ele estava em um apartamento estranhíssimo ali no Leme. O Juscelino sempre dormia de 1h da tarde até 4h, mesmo no Catete, mesmo em Brasília. E aparecia, barba feita: “Como vai?” Perfumado... E todo mundo falava: “Mas que charme tem esse presidente!” Ele dançava, cantava, bebia. Mas dormia invariavelmente. E quando eu cheguei lá, ele estava dormindo. Ele não era o presidente, já estava fora, estava no ostracismo. O Juscelino falou: “Posso fazer alguma coisa, mas não posso muito porque até você vir a mim...” O Exército já estava na rua, comecinho de abril. “Isso fica muito difícil, mas eu

brasileira, tornando-se uma das maiores e mais tradicionais empresas do país. Até 1942, suas ações estiveram em poder dos controladores norte-americanos, que então começaram a vendê-las a brasileiros, iniciando um processo de nacionalização que se completaria no início da década de 1960, sendo acionistas majoritários Mário Wallace Simonsen e Celso da Rocha Miranda. Em 10 de fevereiro de 1965, o presidente da PanAir, Paulo de Oliveira Sampaio, recebeu um telegrama assinado pelo presidente Castelo Branco e pelo ministro da Aeronáutica brigadeiro Eduardo Gomes. No curto texto, as autoridades informavam que as concessões da PanAir estavam sendo suspensas e imediatamente transferidas à Varig. A prontidão com que a Varig assumiu as operações da PanAir foi apontada como indicativo de que poderia ter havido uma preparação prévia. Em 1984, os herdeiros da massa falida da PanAir ganharam ação movida contra o governo: a falência foi considerada fraudulenta pelo Supremo Tribunal Federal e a União, condenada a ressarcir a PanAir.

⁹⁰ João Batista do Amaral, também chamado de Pipa Amaral, fundou a TV Rio em 1953. Três anos depois, Walter Clark ingressou na emissora, dando início a sua carreira na televisão. Clark permaneceu na TV Rio até 1965, quando foi chamado para trabalhar na recém-fundada TV Globo.

⁹¹ José Aparecido de Oliveira foi deputado federal por Minas Gerais entre 1963 e 1964, quando teve seu mandato cassado pelo golpe militar. Retornou à Câmara em fevereiro 1983, mas no mês seguinte foi convidado pelo governador de Minas Gerais, Tancredo Neves, para ocupar a pasta da Cultura daquele estado, cargo que exerceu até 1985. Entre março e maio desse último ano esteve à frente do Ministério da Cultura logo após sua criação. Indicado pelo presidente José Sarney para o governo do Distrito Federal, teve seu nome confirmado pelo Senado e assumiu o cargo em junho de 1985, ocupando-o até 1988. Retornou então ao Ministério da Cultura, onde permaneceu até 1990. Entre 1992 e 1993 foi embaixador do Brasil em Portugal.

⁹² José de Magalhães Pinto (1909-1996) fez carreira no setor bancário, começando como escriturário no Banco Hipotecário e Agrícola de Minas Gerais (1926) e chegando a fundar o Banco Nacional de Minas Gerais, em 1944. De vasta atuação também na vida pública, foi constituinte em 1946 e deputado federal por Minas Gerais em diversos mandatos (1946-1947, 1950-1961, 1967, 1969-1971, 1979-1985). Foi governador de Minas (1961-1966) e senador pelo mesmo estado (1971-1979). Ocupou ainda o Ministério das Relações Exteriores entre 1969 e 1971.

⁹³ Osvaldo Maia Penido foi nomeado chefe do Gabinete Civil da Presidência da República entre 1960 e 1961, durante o governo Juscelino Kubitschek, mesmo cargo desempenhado por José Dirceu de Oliveira e Silva durante o governo Luiz Inácio Lula da Silva.

poderia ver...” E ficou nisso. O Juscelino foi um *gentleman*, mas não resolveu nada. Aí, eu fui conversar com o Zé Aparecido que falou...

[FINAL DA FITA 4-A]

E.C. - Com pouco dinheiro, eu e Reynaldo raspamos o dinheiro para comprar a passagem, eu já estava vendendo minhas coisas para pagar as dívidas da *Senhor*. Fui eu sozinho conversar com o Magalhães Pinto. Chego lá, acho que ele marcou às 3h, no Palácio da Liberdade ou Palácio da Inconfidência, um palácio desses. Fiquei lá no palácio, o Zé Aparecido a cada meia hora voltava, eu não tinha hotel nem dinheiro para ficar em hotel, estava complicado o negócio, e o Zé Aparecido chegava para mim e falava: “Edeson, chegou uma delegação aí não sei do quê, o general fulano está aí dentro e o governador pede desculpas, mas ele não está podendo falar com você agora.” O meu assunto era ir lá pedir uma ajuda para não fechar uma revista e ele estava falando com generais, com o governador não sei de onde, aquele negócio. Ele era um homem também muito encantador, o Magalhães Pinto. Quando eram seis e meia, ele falou assim – isso era no palácio onde morava o Magalhães Pinto: “O governador tem uma proposta para você. Ele te convida para jantar com ele, um jantar íntimo.” Eu falei: “Está bom.” Eu já tinha ido até lá. Quando eram 8h, ele falou: “Pode subir.”

Eu subi, estava o Magalhães Pinto já ali... Ele era muito formal. Estava a filha do Magalhães Pinto, não sei quem mais e o Zé Aparecido. O Magalhães Pinto fez uma conversa de mineiro, agradável, conversou, vinha o vinho, vinha o garçom, no palácio, eu jantando com ele, querendo falar em dinheiro. Terminou tudo aquilo e eu falei: “Bom, governador, já é tarde e eu queria pegar o último avião...” Ele: “Não, você vai ficar aqui para um cineminha.” Eu falei: “Não, governador, desculpe...” [Riso.] Não falei com o Magalhães Pinto sobre o assunto e fui embora. Foi uma história das mais engraçadas que eu vi na minha vida. Você vai ao governador para pedir um negócio, o governador era dono de um banco! E eu fiquei lá. Não teve como, eu não podia falar com a filha dele, com o genro, o namorado da filha, o diabo a quatro, um jantar, uma sopa em um palácio, daqueles que vem um sujeito e você tem que servir a sopa e pegar a sopa e comer sem fazer barulho. Era uma loucura, eu e o Magalhães Pinto. Essa foi a pá de cal na revista *Senhor*. Depois, eu escrevi “Vida, paixão e morte da revista *Senhor*”. Não, “Vida, paixão e morte de nosso Senhor”, uma coisa assim.

I.S. - Era uma revista de alta qualidade que nunca conseguiu viver de propaganda. Nunca conseguiu se sustentar com a veiculação de propaganda.

E.C. - Não, vamos resumir: não tinha um empresário lá para isso. Não tinha alguém lá dizendo: “Desculpe, eu sou dono desse negócio e vamos parar com essa farra aqui dentro.” Era uma revista ideal. “Vamos pagar bem a todos os funcionários, vamos fazer as coisas com classe, vamos imprimir bem, vamos comprar as fotos dos melhores fotógrafos...” Otto Stupakoff, grandes fotógrafos trabalharam conosco lá. Tinha artigos de grandes escritores que ficavam com muita dificuldade para colaborar com os jornais, que ou não pagavam ou pagavam muito pouco. Isso aí era a salvação desses escritores. Eles escreviam artigos para a revista *Senhor*. Lacerda escreveu muito bom artigo. Todos esses tinham a revista *Senhor* com muito carinho também. Então, a revista *Senhor* era inviável economicamente. Porque já estava crescendo a Editora Abril, as coisas já estavam andando diferente. E a vivacidade, empréstimos em banco, essas coisas, não eram comigo nem com o Reynaldo Jardim. Era um negócio de amadores. Nós não éramos empresários, nunca fomos. A gente vivia porque era em grandes empresas que a

gente trabalhava. Uma hora o Reynaldo falou: “Edeson, nós estamos numa encruzilhada. Nós não gostamos de picaretagem, não gostamos de demitir gente e nem de pagar pouco. Nós temos que fechar isso aqui, vender as coisas e ir embora porque nós vamos acabar fazendo tudo que nós fomos contra na vida.” Que era a picaretagem, a matéria paga, meio chantagem, despedir gente e ir para o Ministério do Trabalho sem pagar. Era complicado para a nossa cabeça. Não era puritanismo nem a gente era mais ético do que os outros, não. Nós não fomos formados para aquilo.

Nós fomos gaiatos lá. Claro que foi muito legal, foi muito glorioso, mas a gente foi gaiato. Muito, muito, muito gaiato mesmo porque você procurava o Gilberto Huber e ele falava: “Não, não, meus diretores têm autonomia nas suas empresas. Esse é um problema da gráfica, você tente conversar com a gráfica.” Chegava lá, a gráfica falava: “Ou paga ou não imprimo a próxima.” Foi tudo muito, muito, muito difícil. E também ficou uma lição boa: não virei empresário aos 75 anos. Todo mundo conversa comigo e diz: “Edeson, da geração inteira, você foi o único que não foi dono de agência ou sócio de agência.”

L.H. - Eu ia fazer essa pergunta, mas agora já está respondido.

E.C. - Eu fiquei tão vacinado com a experiência da *Senhor*, ela foi tão marcante e tão difícil para mim e para o Reynaldo, que não há como eu tentar ser empresário em alguma coisa. Depois eu cometi outro erro que foi na DPZ. A fundação era comigo, o Petit e o Zaragoza, na minha casa.⁹⁴ E eu saí fora pouco antes, já pelo trauma da *Senhor* e outras coisas, pela loucura do Petit e do Zaragoza, [que eram] artistas, pintores. Não tinha o Roberto. Roberto foi depois.

I.S. - Não tinha o Duailibi.⁹⁵

E.C. - Não era DPZ. Não tinha nem as iniciais, não era nada. Era o Petit, o Zaragoza e eu. Eu era o grande cliente deles, quando diretor da Ford, na Metro 3. Mas isso é outra história.

I.S. - Quer dizer, a sua carreira alterna momentos de jornalista com momentos...

E.C. - É, de passar perto do jornalismo por voluntário, por entusiasmo. Na *Seleções* não era jornalismo, mas na rádio e no *Jornal do Brasil* fui muito jornalista. Eu diria que na *Senhor* fui bastante jornalista ou editor intelectual, junto com o Reynaldo. Não sei em outros lugares, eu passei muito perto de jornalismo, de vibrar. E hoje ainda, parte da minha formação e personalidade é que pode ser igual, ninguém é mais informado do que eu. Eu começo com jornal às seis e meia da manhã, eu pego BBC, pego CNN, Fox News, assisto à mesma notícia 14 vezes, depois leio no jornal tudo de novo. Aquela

⁹⁴ Francesc Petit trabalhou na P.A. Nascimento, na McCann-Erickson e na Thompson. José Zaragoza trabalhou na Thompson e na General Advertising, da qual foi um dos fundadores; foi o primeiro presidente do Clube de Criação de São Paulo (1975-1977). Diretores de arte e artistas plásticos, freqüentemente promovem exposições de seus trabalhos. Em 1968, ambos fundaram a DPZ, juntamente com Roberto Duailibi e Ronald Persichetti.

⁹⁵ Roberto Duailibi foi redator da Companhia de Incremento de Negócios (CIN) (1956-59), passou pela Standard Propaganda de São Paulo e foi chefe de redação da J. Walter Thompson (1960-62). Em 1968, fundou a DPZ juntamente com Francesc Petit, José Zaragoza e Ronald Persichetti. Foi presidente da Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP) (1984-86 e 1993-95) e professor de redação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

mesma coisa que, sei lá, o Bush falou, eu vejo na última edição da Globo. E, se tem diferença de horário, eu pego a NBC ou a CBS e depois, de manhã, eu leio tudo aquilo. Para desespero dos outros. Eu acho que isto que mantém a gente de alguma maneira ligado e vivo. E mais criativo. Não dá para você não saber o que está acontecendo e ser surpreendido na evolução das coisas. Isso marcou muito a minha vida, para desespero às vezes da pessoa. Às vezes, a pessoa está falando e eu falo: “Espera aí, espera aí, espera aí.” Porque está dando no rádio, no jornal, alguma coisa. Isso me marcou muito. O cérebro não encolher é uma preocupação muito grande minha e agora eu já estou quase concordando... [riso] eu já estou concordando em botar o gato no colo. Mas com a televisão passando o jornal.

L.H. - Vamos falar da Rede Globo? Porque, na verdade, foi sua experiência na TV. Depois da *Senhor*...

E.C. - É. Onde eu andei muito perto do jornalismo também, na Rede Globo, que eu gostava. Depois desse negócio da *Senhor*, a Rede Globo estava com um projeto... Isso foi em 63 para 64. O começo do projeto eu acho que foi 63, através do Herculano Siqueira, que já faleceu. Ele tinha sido convidado para lá e era uma figura muito bondosa, muito generosa, muito grandiosa. Ele falou: “Edeson, essa confusão sua de editora *Senhor*, essas coisas todas... Vamos tentar ver se você entra em alguma coisa grande.” Nessa época, era Time-Life / Rede Globo.⁹⁶ “Você fala com um inglês bom etc. Eu tenho esse convite para ir para a Rede Globo.” O Herculano Siqueira seria um superintendente, um diretor comercial e ele precisava de um gerente comercial. O Herculano queria um faz-tudo, um cara que fosse assumir, que seria o gerentão de publicidade, promoções. Eu fui para lá e no começo as reuniões eram no *O Globo* e, depois, já na construção do prédio da Rede Globo.

I.S. - A Vênus?

E.C. - É, a Vênus Platinada. E aí, na Rede Globo, não tinha Walter Clark, não tinha Boni, não tinha ninguém.⁹⁷ Dr. Roberto quis nomear o pessoal contra o Time-Life. O Time-Life mandou para cá dois que seriam consultores. O Hernández Catá, que trabalhava em televisão na CBS, é um cubano.⁹⁸ O pai dele tinha sido diplomata cubano no Brasil, ele era um voluntário no Brasil, encantador. Mas ele veio já com o Time-Life. E mandou um subcontador. Na lei americana, pelo código, para evitar o monopólio e o controle de opinião, uma empresa só pode ter cinco emissoras próprias, seis emissoras

⁹⁶ Em 1962 foi estabelecido um acordo entre a Rádio Globo e a empresa norte-americana de comunicação Time-Life, que incluía um financiamento de seis milhões de dólares para a construção do prédio e a compra dos equipamentos de última geração para a implantação da TV Globo, em 1965. Em 1966, uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) foi instaurada para investigar o acordo. A investigação apurou que o acordo entre as duas empresas estabelecia uma sociedade por cotas em que a Time-Life teria direito a 30% dos lucros líquidos da TV Globo. Em setembro, a CPI concluiu que os contratos secretos entre as duas empresas feriam a Constituição, que proibia grupos estrangeiros de interferir na orientação de uma empresa de comunicação. A investigação, contudo, não teve conseqüências legais para a emissora e, em março de 1967, o governo declarou infundadas as acusações sobre o caso e arquivou o inquérito. O acordo foi desfeito em 1969.

⁹⁷ Boni: José Bonifácio de Oliveira Sobrinho.

⁹⁸ Alberto Hernandez Catá foi assessor de Roberto Marinho na TV Globo. Foi em depoimento prestado por ele, revelando a ingerência do grupo Time-Life na emissora brasileira, que se baseou o jornalista Carlos Lacerda para denunciar, em junho de 1965, os acordos entre a TV Globo e o grupo norte-americano como ilegais.

próprias. O Time-Life tinha uma numa cidadezinha, outra noutra cidadezinha e tinha uma em San Diego, que é meio uma cidade maior para efeito de Estados Unidos, mas era San Diego, na Califórnia, uma cidade pequena. O subcontador dessa editora chamava-se Joseph Wallach. Lá veio Joe Wallach para cá. No mesmo pacote Time-Life, ele e o Hernández Catá. Eu, por ser mais falante, acabei dublando [riso] – a palavra é grosseira, mas ao mesmo tempo é engraçada –, eu dublava o Joe Wallach, que não falava uma palavra. Ele dizia em inglês: “Diz ali para aquele rapaz não sei o quê.” Eu ia lá e dizia. Fiquei muito amigo dele e do Hernández Catá.

L.H. - Mas o que a Time-Life tinha a ver com a Rede Globo?

E.C. - Tudo. A grana, o equipamento a perder de vista. O Time-Life tinha uma expansão. Não podendo expandir nos Estados Unidos, ele queria ter na América Latina uma rede de televisão. Estamos falando em Andrew Heiskell, que era o *chairman of the board*, e ainda tinha alguns parentes do Henry Luce. Eu acho que ainda tinha o neto dele no Time-Life. O Time-Life mandou para cá esses dois e fez um acordo com a Rede Globo. Eles eram co-proprietários. Eles botavam dinheiro e o dr. Roberto botava a administração local, a experiência da Rádio Globo, que era muito pouca. Dr. Roberto era respeitadíssimo como grande empresário. Só falava francês. Mas a mulher do Andrew Heiskell, que era o *chairman* do Time, era uma mulher muito culta, falava francês ou era francesa. Então, dr. Roberto falava francês e ficava *grand seigneur*, falando francês etc. Mas na hora do inglês, que era o Time-Life, [riso] vocês não queiram saber a mão-de-obra que dava o dr. Roberto. [Imitando voz rouca:] “Não entendi bem.” Ele era muito educado. Além de sagaz e grande empresário, era um homem muito educado. Então, dr. Roberto tinha que conviver em reuniões com o pessoal do Time, que era complicado. O Hernández Catá obviamente falava um espanhol meio de Miami, meio cubano, meio mexicano.

I.S. - Quando vieram para cá, eles vieram para estabelecer um acordo de... Era um empréstimo?

E.C. - Não, era uma *joint-venture*, expansão do Time-Life, que queria também fazer a edição latina do *Time*, como eles sempre tentaram fazer na Europa uma edição em alemão do *Time*.

I.S. - E era permitido ter investimentos?

E.C. - O *Time* entrou com o equipamento e tudo, e não podia, não pode até hoje. Tem que ser brasileiro nato. O *Time* mandou para cá não funcionários nem diretores, mandou para cá consultores, em um contrato que tinha uma consultoria do Time-Life para o diretor-geral da Rede Globo, que era Rubem do Amaral. Ele era Rubem Isaac Feldman e passou a se chamar Rubem do Amaral porque ele era radialista. Era uma figura notável, eu gostava muito do Rubem do Amaral. Mas seria botar eu para dirigir uma igreja ortodoxa no Harlem. Seria mais ou menos isso. Nunca vi, nunca vi. O *show* de amadorismo que se deu na Rede Globo na fundação é um romance à parte. Acontecia tudo. Fazia-se um programa humorístico e [se] contava uma piada portuguesa. A embaixada ligava para o dr. Roberto Marinho e, como castigo, nós tínhamos que fazer um programa sobre Portugal, meu avozinho, e fazíamos nós um programa sobre Portugal. Vocês não queiram saber o que era. Dr. Roberto jamais foi à Rede Globo, só na inauguração. O diretor de *broadcasting*, que seria o diretor artístico, o diretor de

programação, era um capitão chamado Abdon Torres, do Exército nacional, que tinha passado pela Tupi 23 minutos consertando alguma coisa lá. O diretor de jornalismo era o Mauro Salles, que era já queridíssimo do dr. Roberto e era o Mauro que nós conhecemos: brilhante, inteligente.⁹⁹ Foi ser diretor de jornalismo, demitindo o Abdon Torres porque nada dava certo. O Mauro Salles foi nomeado diretor de *broadcasting*, diretor de programação, um negócio desses. Saiu logo depois para fazer a Mauro Salles Publicidade. Eu fiquei lá, depois da inauguração da Globo. A inauguração foi em março ou abril... Abril de 65, junto com a revolução, juntinho.

L.H. - Você ficou até 66.

E.C. - Fiquei até 66, até janeiro, quando eu fui indicado pelo Caio Domingues para ser diretor da Ford do Brasil, que queria lançar um carro de luxo, o Ford Galaxie. Eles queriam que o sujeito fosse de jornalismo, televisão, *show business*, o que fosse, menos que fosse da indústria automobilística, porque eles não agüentavam mais o fechamento da cabeça, o *one track mind* do pessoal de indústria, engenheiros, essas coisas todas. Então, falaram: “Nós queremos um carioca...” E o Caio Domingues inventou meu nome.

L.H - Que não era um carioca...

E.C. - Eu era de São Paulo e o Caio Domingues era pernambucano. Mas o Caio atendia a Ford, era diretor da Thompson em São Paulo e atendia a Ford. Ele falou: “O nome é Edeson Coelho.” E eu fui para lá, eles acharam que não tinham como me contratar aqui, me mandaram para Detroit, conversei em Detroit, [riso] agradei horrores lá e voltei para ser diretor da Ford. Aí, já era diretor da Ford grande, não era esse negócio de diretor de faz-de-conta.

L.H - Você saiu da Rede Globo com pouco tempo relativamente e o Caio Domingues te indicou...

E.C. - É, pouco tempo. Foi uma passagem engraçada. Porque nada dava certo na Rede Globo no primeiro ano. Nada, nada, nada! Mas não havia possibilidade de dar certo nada. Há uma história controvertida... Entrava anãozinho para fazer uma comédia, caía o cenário em cima do anãozinho, se perdia, a gente saía procurando o anãozinho de lanterna... Olha, era um desencontro. O equipamento é de última geração porque o Time-Life co-financiou o equipamento de videoteipe, ar-condicionado naquele prédio da rua Von Martius, não tinha o prédio da Lopes Quintas, era só rua Von Martius. Então, era o afundamento do *Titanic* na viagem inaugural. Nada, nada dava certo.

O Rubem do Amaral era [imitando voz de radialista] *radialista, tinha voz bonita...* Dr. Roberto gostava dele, ele falava bonito, mas o ramo era televisão e ele não era nem telespectador, eu acho. Era uma tristeza. E era um sujeito muito legal. Eu tinha um *slogan*, ele era um locutor de voz muito bonita e um sujeito sadio, legal, e eu [riso] falava no almoço, porque ele era locutor: “Aqui fala Rubem do Amaral, diretor-geral

⁹⁹ Mauro Salles e seus irmãos, Luiz e Apolônio Filho, abriram a agência Salles em 1966. Em 1967, a agência fundiu-se com a Inter-Americana, de Armando D’Almeida, passando a chamar-se Mauro Salles /Inter-Americana de Publicidade. Mauro Salles deixou a direção da agência em 1977. Foi membro da Comissão Interassociativa da Publicidade Brasileira, que elaborou o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária, aprovado no III Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1978. Presidiu a ABP – Associação Brasileira de Propaganda entre 1967 e 1969.

desse canal onde vai tudo mal.” [Risos.] Aí, ele falava “Edeson, você está avacalhando a minha pessoa, não faz isso, pelo amor de Deus.” Ele era o diretor-geral da Rede Globo. Dr. Roberto não ia lá, Luís Brunini, que vinha da Rádio Globo, era diretor administrativo e financeiro. Tinha uma senhora que se chamava sra. Quaresma, não sei como se chamava, uma que hoje ainda é notória em alguma coisa de fundação, era uma diretora administrativa.¹⁰⁰ Não, ela era uma espécie de dona-de-casa da TV Globo.

Há uma história muito importante, mas muito controversa. Eu não estou louco, mas acho que foi assim. Conversando com Joe Wallach, falei: “Joe, as coisas estão muito mal e acho que nós devíamos chamar um grupo de profissionais de televisão, especificamente da TV Rio, da Excelsior, da Tupi.” A Excelsior estava afundando com a revolução. O Wallinho Simonsen entrou em uma lista, com o negócio de PanAir do Brasil etc. E o Castelo Branco cassou a concessão da Excelsior.¹⁰¹ Foi um negócio grosso, militar, mas como ela tinha dívidas, devia ao Banco do Brasil... A PanAir também pertencia ao Wallinho, à família Simonsen, não a do Mário Henrique Simonsen daqui, mas os Simonsen de São Paulo, da Cerâmica São Caetano, daquela família toda de muito dinheiro. Estava tudo dando errado e eu falei com o Joe Wallach e com o Catá. Isso eu tenho certeza porque fui eu que falei: “Ou a gente chama os profissionais ou a gente vai quebrar a cara.” Na época, profissional era Walter Clark. Mas eu não falei no Walter Clark. Eu falei que a gente devia ter uma representação em São Paulo, onde estava a indústria, nós não tínhamos nenhuma sucursal, nada da Rede Globo em São Paulo, e a Globo não tinha comprado ainda o canal 5 do Vítor Costa em São Paulo, que era a TV Nacional ou TV São Paulo, não me lembro como era.¹⁰² Essa ida para São Paulo não tinha acontecido ainda e então falei: “Nós precisamos de um representante de São Paulo que tenha algum prestígio nas indústrias. E o representante em São Paulo é um sujeito chamado Montoro.” Ele era parente longe, acho, do André Montoro, ou não era, não sei. Daqui a pouco eu lembro o primeiro nome do Montoro.

L.H. - André Franco Montoro.

E.C. - André Franco Montoro.¹⁰³ Foi a grande virada do começo da redemocratização no Brasil. André Franco Montoro. Esse outro, não sei como se chamava, mas era Montoro também. Eu procurei o Montoro e ele falou comigo: “Edeson, eu represento aqui a TV Rio, estou ganhando muito dinheiro em São Paulo e não faz muito sentido eu trocar pela Globo, que eu vou ficar no vinagre, vocês não têm anunciantes...” Eu ia a São Paulo visitar clientes com o Herculano. Era penoso você marcar uma hora e ir à Pirelli, eles te recebiam como uma televisão que não andou. Era o *Titanic* para a viagem inaugural. Equipamentos de última geração, cheirinho de ar-condicionado, contra a Tupi, amarrando as coisas com barbante, o cenário caía, geladeira virava em cima da

¹⁰⁰ Trata-se possivelmente de Cláudia Quaresma, diretora da Globo Filmes e sócia-fundadora da Sociedade Brasileira de Pesquisa de Mercado.

¹⁰¹ A Excelsior, inaugurada em 1960, teve sua concessão cassada em 28 de setembro de 1970, durante o governo de Emílio Médici (1969-1974), e as atividades da emissora foram definitivamente encerradas em 1º de outubro. As razões apresentadas foram o desrespeito às normas do Código de Telecomunicações, a insolvência financeira e o atraso no pagamento de compromissos trabalhistas.

¹⁰² Vítor Costa, radialista, foi um dos donos da TV Paulista.

¹⁰³ André Franco Montoro foi vereador (1950-1954), deputado estadual (1954-1958) e federal (1958-1961) por São Paulo. No último ano deste mandato foi empossado ministro do Trabalho no governo João Goulart, mas retornou à Câmara dos Deputados em 1962, exercendo mandato até 1971, data em que assumiu uma cadeira no Senado (1971-1983). Esteve à frente do governo de São Paulo entre 1983 e 1987. Nos pleitos de 1994 e 1998 elegeu-se novamente deputado federal, mas não chegou ao final do mandato, pois faleceu em julho de 1999.

apresentadora, aquele negócio, quando ela ia abrir a porta, a geladeira caía em cima dela.

No meio desse anedotário todo, estava a Rede Globo, que seria assim um *private club*, um *country club*. Todo mundo lá discutindo umas coisas, falando e nada. Então, eu falei com o Hernández Catá, que era o orientador comercial – esse Catá era uma figura muito boa: “Catá, eu acho que a gente devia tentar uns profissionais, mesmo que seja contra os nossos estômagos, os nossos princípios. A gente tem que pegar esse representante da Rede Globo em São Paulo, que é esse Montoro, e tentar botar uns profissionais da antiga aqui. Esses que fazem permuta, vendem a mãe e não entregam. Tem que fazer alguma coisa. Esses que contratam mulata do rebolado...” O dr. Roberto queria os padrões da BBC de Londres *versus* TV Tupi, que fazia permuta com floricultura, com bordel. Como é que você podia trocar espaço de televisão por bordel para assinar uma conta e deixar lá para outro pagar, *versus* Time-Life e dr. Roberto, que falava baixinho, um homem educado. [Imitando:] “Muito bem.” Como é que você ia fazer uma televisão dessas *versus* esses caras? Intervalo, na TV Rio, chegava a 50 minutos. Aquele negócio: “Roda, roda”. Vai rodando o rolo de comerciais. Vocês já imaginaram 50 minutos, 45 minutos de intervalo na televisão? Porque estavam montando o cenário porque não tinha outro estúdio. Tinha aquele estúdio e tinha que desmontar a TV Rio Ringue, de luta de boxe, para passar um teatro ao vivo, sem rede embaixo. Errou, caía. Não tinha videoteipe.

Nesse cenário todo, eu vendi... Era Montoro, não me lembro do primeiro nome dele.¹⁰⁴ O que aconteceu? O Montoro falou comigo: “Edeson, o problema não é um representante em São Paulo. Vocês podem me oferecer qualquer dinheiro – ele ganhava muito dinheiro na TV Rio porque as comissões eram muito altas –, eu diria para você que o problema está na direção da emissora, está na programação da emissora, na parte populista da emissora.” Antigamente tinha a TV braba. Rádio e televisão eram a grande salvação do analfabeto, da pessoa pouco culta. Não adiantava você vir para cá fazer a BBC com um concerto no Covent Garden porque não era, não tinha como. O que aconteceu foi que o Montoro falou comigo: “Procura Walter Clark. Procura o pessoal da TV Rio.”

Isso foi em 65, eu tinha 36 anos, o Walter Clark tinha 22, 23. Mas como eu era do *Jornal do Brasil*, o Walter e eu nos tornamos muito amigos. Nós éramos alegres, engraçados... O Walter no setor feminino e eu no setor alegria só, mas tudo bem. Essa parte, eu não reclamo. Eu escolhi o meu caminho [riso] e o Walter escolheu o dele. Ele casava toda semana, fazia tudo. Era um *enfant gâté*. Eu tinha um colete vermelho, então eu andava de veludo vermelho, o Walter Clark tinha carro esporte... Nós estávamos muito alegres aqui. Eu saí fora, quem conversou com o Walter foram o Joe Wallach e o Catá. E conversaram com o dr. Roberto e veio o Walter Clark. Quando o Walter Clark chegou, assumindo, a televisão tinha ar-condicionado, que era uma novidade, a gente tinha que ir para lá de suéter, [riso] dinheiro do Time-Life. Tudo que não tinha no *O Globo* e jamais o dr. Roberto foi lá. Jamais aparecia alguém do *O Globo*. *O Globo* não publicava nem os *releases*. Vocês não queiram saber das dificuldades.

O pagamento era no *O Globo*, você ia lá receber mensalmente ou quinzenalmente. Uma das coisas mais corretas que tem no mundo é *O Globo*, empresarialmente falando. A Organização Globo e o dr. Roberto, em termos de cumprimento da parte do trabalho, ... nunca vi tanta consciência de pagamento, de cumprir as coisas como *O Globo*. Isso eu falo em todo lugar. Em segundo lugar, é a

¹⁰⁴ Possivelmente Roberto Montoro, que atuou na TV Rio e se transferiu para a TV Globo junto com Walter Clark.

DPZ. É complicada, mas não tem: “Desculpe, o Adolpho Bloch passou na caixa e levou todo o dinheiro, o Jaquito perdoou o resto e o salário, vocês se virem.”¹⁰⁵ Não tem. Como tinha também na Tupi, com permuta, com confusão. Todas as empresas meio *show business* eram muito complicadas nisso, porque tinham donos temperamentais... Você tira o dr. Roberto Marinho, que era dono e não tinha essa conversa. Nós íamos lá para almoçar no *O Globo*, para conversar com o dr. Roberto, para explicar a coisa para ele, voltávamos. Dia de pagamento, a gente ia para lá, dr. Roberto recebia a gente, muito discreto, falando baixinho. Ele era uma figura notável.

Houve uma história, quando eu fiquei mais conhecido do dr. Roberto, o Rubem do Amaral e outros em uma reunião... Eu fui a São Paulo tentar alguns anunciantes de maneira desesperada, voltei e eles me perguntaram: “Você está falando muito, mas vamos aos finalmente. Você não conseguiu?” Eu falei: “Olha, não consegui muita coisa não, eu só consegui muito carinho, muito entusiasmo, muita promessa, mas não trouxe nada.” “Mas você explicou para eles que a Rede Globo é *O Globo* no ar?” É *O Globo*, que nós botamos na antena e falamos: “Este é *O Globo*.” Seria a Sorbonne. Você vai fundar uma escola no Méier e diz assim: “Isto aqui é a Sorbonne brasileira.” Você olha e fala: “Não é a Sorbonne”. Como você não faz uma rádio e diz: “Isso aqui é a BBC.”

[FINAL DA FITA 4-B]

E.C. - Eu passei uma semana em São Paulo e eles ficaram esperando eu voltar para trazer dinheiro para a Rede Globo, que não faturava *nada*.

Um dos principais clientes da Thompson era a Ford, em São Paulo. O Caio Domingues era gerente da Thompson em São Paulo e, em uma conversa comigo, eu falei: “Está tudo muito triste na Rede Globo.” Nada dava certo, nada, nada, nada. Tudo dava errado porque o dr. Roberto era um grande empresário, não era um homem de televisão. E a selva de TV Tupi, TV Rio e, antes, a Excelsior, não era para brincar. Não havia possibilidade de você enfrentar eles porque a TV Tupi fazia permuta com cemitério, com túmulo, com automóvel, com passagem, com viagem, com boate, cabaré, o que fosse. Não existia o dinheiro, era o que a gente chama hoje de escambo.

I.S. - Você resolveu voltar para a propaganda?

E.C. - Tinha essa oportunidade, eles queriam um diretor de imprensa, relações públicas, chamavam também de *civic affairs*, *government relations*. Lá fui para a Ford e eles não podiam bater o martelo aqui, me mandaram para Detroit. Eu não sabia que a Ford tinha dois projetos: um era trazer o Henry Ford, neto do velho Henry Ford, para visitar o Brasil, visitar o governo brasileiro, a imprensa, dar um coquetel, essas coisas todas.¹⁰⁶ E a minha diretoria era *civic affairs*, atividades cívicas, relações com o governo, relações com a imprensa, publicidade e promoções. Promoções esportivas também. Não tinha a

¹⁰⁵ Pedro Jacques Kappeller, conhecido como Jaquito, era sobrinho de Adolpho Bloch. Foi vice-presidente das empresas Bloch e, com o falecimento do tio, em 1995, assumiu a presidência do Grupo. No início da década de 1990, o Grupo Bloch já passava por dificuldades financeiras devido ao acúmulo de dívidas contraídas para a implantação da Rede Manchete, ocorrida em 1983. Com os salários atrasados a partir de dezembro de 1992, os funcionários entraram em greve no início do ano seguinte, chegando a ocupar a emissora, em março. Em 1995, a emissora teve equipamentos de estúdio arrestados pelo Banco do Brasil como garantia do pagamento de dívidas. Em agosto de 2000, a Bloch Editores pediu falência.

¹⁰⁶ Henry Ford (1863-1947) foi o fundador da Ford Motor Company em junho de 1903, sendo o grande fabricante de automóveis que revolucionou a indústria com seu Modelo T, que marcou a popularização do automóvel como meio de transporte.

Willys, era só Ford. Quando cheguei lá, tinha três projetos: o lançamento do Ford Galaxie, que era o projeto do primeiro carro de luxo no Brasil e primeiro carro realmente americano *comme il faut*, legitimamente americano. Antes era o Gordini, que não era Gordini, da Renault, que era da Ica, da Chrysler na Califórnia, ou da indústria da Chrysler na Argentina, com *royalty* e projeto inicial da Renault, *Renault français*, que... – acho que sempre foi governo francês, uma burocracia incrível.. Tinha outra indústria, tinha o DKW Vemag, Vemaguete, que era dos Fernandes, do Banco Novo Mundo, e da DKW Auto Union alemã. E tinha o Simca Chambord, que era o Belo Antônio, grande, bonito e impotente [riso]. E a Volkswagen, claro, mais pé no chão. E a indústria de automóvel estava *booming* e, com esse projeto de lançamento do Galaxie, seria o primeiro automóvel não só de luxo, como realmente americano. Também tinha o Salão do Automóvel, do Caio Alcântara Machado, que já ia ser, acho, no fim do ano de 65. O Salão do Automóvel era bienal, tinha um ano sim, um ano não.¹⁰⁷ E tinha outros projetos na Ford.

Lá fui eu para Detroit, fui aprovado por Detroit, voltei para cá e de novo me deram uma sala, direito já a duas garrafas de água mineral [riso] e eu passei a ser diretor da Ford do Brasil S.A. Com uma semana de Ford, eu descobri que não era diretor da Ford do Brasil S.A. S.A. era o nome de fantasia de South America, cuja matriz era em Delaware. Delaware era uma espécie de ilhas Cayman ou daquelas ilhas em que se registravam as companhias para o exterior. Delaware, nos Estados Unidos, era um estado que tinha facilidades fiscais e outras coisas. Então, quando tinha uma filial meio estranha... E a Ford no Brasil funcionou de 1913 – quando eles vieram para cá, ou 1903, não sei – com uma licença da presidência, do governo brasileiro.¹⁰⁸ Como a Thompson também não era brasileira, era uma empresa americana com a licença de uma filial no Brasil, que renovava uma licença anual. Era uma formalidade apenas, mas tinha que requerer isso no Ministério da Fazenda ou no imposto de renda ou na presidência da República... E funcionava como uma filial de uma empresa americana aqui. A Ford era uma dessas. Quando eu entrei lá, descobri que o S.A. não era sociedade anônima, era South America para ter outras filiais em outros lugares, cuja sede era em Delaware. Mas isso é apenas como detalhe, a minha primeira surpresa.

A segunda surpresa minha é que a diretoria da Ford era toda de americanos ou alemães ou ingleses ou suecos, canadenses, que andavam, eram cidadãos do mundo. Aqui vinha um diretor de *marketing* que tinha trabalhado na Alemanha, ele era meio alemão, meio americano. Tinha um problema de manufatura, vinha um sujeito que tinha sido da Ford inglesa, vinha para cá e assumia a direção de engenharia e manufatura. Quando eu cheguei na Ford, tinha oito diretores na diretoria e ali fiquei sabendo que eu era um deles e que o restaurante era à parte. Havia uma disputa na indústria automobilística em São Paulo de quem tinha o melhor restaurante. Eles tinham *chefs* franceses, *chefs* internacionais, para um diretor de uma empresa convidar o da concorrente. O restaurante da Mercedes tinha um *chef* importado não sei de onde, a Ford tinha outro. Só que o almoço era em inglês e as reuniões eram em inglês, todas as reuniões. E eu sentado no meio disso, foi outro mal-entendido.

Era em Vila Prudente, que fica depois da Mooca. A Ford me arrumou uma casa no Jardim América e eu tinha que sair às 7h porque às 8h estavam todos sentados. Reunião de diretoria era às 8h, mas eles pediam para chegar às cinco para as oito. Você

¹⁰⁷ Caio Alcântara Machado fundou, em 1956, a Alcântara Machado Comércio e Empreendimentos, empresa organizadora de feiras e eventos. Em 1960, a Alcântara Machado lançou o Salão do Automóvel.

¹⁰⁸ Em 1913 foi aberta a primeira sucursal da Ford na América do Sul, na Argentina. Em 1919, a criação da filial brasileira foi aprovada pela diretoria da Ford Motor Company e, em maio de 1920 o governo do então presidente Epitácio Pessoa autorizou formalmente as operações da Ford no Brasil.

ficava conversando, eles ficavam fumando, conversando, a diretoria toda. Quando entrava o presidente, todos se levantavam. Começavam a chamar ele de *chairman*, *mister chairman*, e aí a reunião rolava com um outro, que era o brasileiro, que se chamava Branco Dias. Esse Branco Dias fazia a ata e lia depois do assunto resolvido. Não tinha papo e você submetia o assunto para discutir em reunião três dias antes, para entrar em pauta ou não. Entrava em pauta, eles comunicavam: o seu assunto está em pauta, você tem dez minutos. Isso, reunião de todos os diretores. Aí, você ia falar: “Quero falar sobre Salão do Automóvel...” Para ter uma decisão de manufatura, de fábrica, de diretoria, de verba, de finanças etc. Falava: “Pois não.” Voltava, olhava e falava: “Ok, está marcado para segunda-feira às 8h da manhã, você tem dez minutos.” E tinha que ler um *paper* antes: “Vou falar sobre isso...” Distribuía o *paper* para os outros e depois discutia. Hoje eu não sei, mas não vi maior escola de administração do que a Ford no mundo. Era uma escola de administração e nas horas vagas fabricava automóvel, trator, caminhão. Mas mandava a administração rígida. Não tinha como você fazer o que a gente chama de cariocada. E eu me vi nesse mundo. Eu, em inglês, discutindo coisas, com um *paper*. E o *paper* tinha que ter o problema, a conclusão, os custos e a solução. Você distribuía o *paper*, que é o *hand out* que eles chamavam. Aí, esse que secretariava falava: “É você agora.” O presidente falava: “Pode falar, Edeson.” Você distribuía o que ia falar, o resumo, lia aquele papel, os outros liam aquele papel também e depois o sujeito falava: “Quinze minutos.” Terminou, aí o outro, manufatura. Isso era no projeto Galaxie, cada um falava uma coisa. Só que eu falava em televisão, Salão do Automóvel, revista, jornal, *slogan*... Em uma reunião em que um sujeito era alemão, o outro era sueco, o outro tinha chegado da Bolívia, era uma loucura. Se não fosse a rigidez, não saía automóvel, não saía nada de lá.

I.S. - Mas você ficou dois anos lá, com isso tudo.

E.C. - Dois anos e tanto, saí de lá debaixo de lágrimas minhas e deles. Uma grande escola de tudo, de tudo. De respeito, de valorização profissional. Saí de lá por causa de salário, porque tinha um plano de salário que era aprovado por Detroit. Com a inflação, eu falei para o cara: “Não dá mais.” “Bom, mas nós estamos em novembro e a reunião do Comitê de Finanças para Salário é em março. Você fique quietinho aí.” Eu falei: “Estou fora.” Fui trabalhar na Standard.

Mas o lançamento do Galaxie foi uma caravana Ford que eu inventei com a Shell - que na época era com o João Carlos Magaldi, que era da Standard, mas cuidava da Shell -, mais o Lívio Rangan na Rhodia, que era uma das figuras mais notáveis.¹⁰⁹ Ele nasceu em Trieste, ninguém descobriu bem, porque ele era muito misterioso. Você não sabia nem onde ele morava. Uma das figuras mais marcantes da minha vida. Ele é que me convenceu a sair da Ford e ir para a Standard. Era o diretor da Rhodia e foi quem bancou a Fenit, a Feira da Indústria Têxtil, ele foi quem bancou no começo, eu diria, o *show business* no Brasil. Os primeiros contratos de Caetano Veloso, Gilberto Gil, Jorge Ben. No teatro, Raul Cortez, esse outro de cabelo branco, grandão...

I.S. - Walmor Chagas?

¹⁰⁹ João Carlos Magaldi, um dos fundadores do *Pasquim*, atuou na Rede Globo de Televisão, onde chegou a diretor de comunicações. Em 1964, associou-se a Carlito Maia e Carlos Prospero, também um dos fundadores do *Pasquim*, para fundar a Magaldi, Maia & Prospero.

E.C. - Walmor Chagas. Rita Lee, Mutantes... Olha, o que for, o Lívio Rangam botou na Rhodia com desfiles de moda, Mila, que hoje está na Rede Globo.¹¹⁰ Tudo isso eram as *Rangam Girls*, como a gente chamava, que eram as modelos. Modelo, disciplina, o que fosse assim de coisas especiais da Rhodia, cada ano ou cada seis meses ele fazia em um país. Ele ia fotografar em Israel ou no Líbano ou na Tailândia ou na Índia e fazia uma edição especial junto com a revista *Jóia*. E às vezes saía em outros materiais, saía muita divulgação.

L.H. - E o que vocês fizeram juntos?

E.C. - Nós fizemos essa caravana, que era a Shell... Na época tinha Roberto Carlos, era Jovem Shell, uma coisa assim. Com o Magaldi, Prosperi, Carlito Maia, tinha um bando de gente que fazia essa parte da Shell, que ficava aqui no Rio. E tinha a Rhodia, que fazia desfiles e lançava coleções de tecidos, coleções de figurinos, com Alceu Pena, Ciro Leonero.¹¹¹ São figuraças, vocês entendem? Mais coreógrafos. Tudo, o melhor do melhor possível.

L.H. - Mas isso fazia parte da campanha de lançamento do Galaxie?

E.C. - Não, o Galaxie entrou nisso, nessa Caravana, que estava recém-lançada também. O Petit e o Zaragoza, nós pintamos um carro, com o perdão da palavra, chamavam de psicodélico, aquelas cores da *Bond Street*. Olha, esse carro, com aquelas cores... Pintamos à mão. Petit e o Zaragoza pintaram esse carro pela madrugada. E cinco ou seis Galaxies que iam pelo Brasil com antecedência. Então, era o Circo da Rhodia. Não se chamava circo, mas a gente chamava de Circo do Lívio Rangam. Esse circo chegava em uma cidade, antes tinha imprensa, tinha coquetel, entrevista com a imprensa, o diabo a quatro. O revendedor Ford recebia o Galaxie, dava um coquetel e apresentava na cidade o novo Ford Galaxie, que era um carro de luxo que não tinha chegado ainda em Fortaleza, vamos dizer. A Shell patrocinava Os Mutantes, tinha aqueles comerciais, aquele negócio do Magaldi, Carlito Maia. Era um festival para todo gosto. Era uma loucura de grandeza. Isso aí é um capítulo à parte. E eu, pelo Lívio Rangam, deixei a Ford e fui ser diretor da Standard, no lugar do Júlio Cosi Filho.¹¹² E meio no lugar do Roberto Duailibi, que continuou comigo lá e que era diretor de criação. Era na época de Neil Ferreira e outras figuras.¹¹³ Nesse vai-e-vem, eu assumi a direção da Standard, deixei a Ford e fiz na Ford o que eu tenho... Desse realmente eu tenho muito orgulho. Fiz, eu diria, o mais transado, mais genial estande, lançando o Galaxie. Foi um estande com Sérgio Bernardes, Petit e Zaragoza, decoradores, pintores...

L.H. - Isso foi onde?

¹¹⁰ O entrevistado refere-se à modelo e atriz Mila Moreira.

¹¹¹ Carlito Maia (1924-2002) passou por diversas agências de publicidade: McCann-Erickson, Norton, Alcântara Machado, P.A. Nascimento, Estúdio 13, Esquire. Em 1964, fundou a Magaldi, Maia & Prosperi, em sociedade com João Carlos Magaldi e Carlos Prosperi. Trabalhou na Rede Globo por mais de 20 anos. Um dos fundadores do Partido dos Trabalhadores (PT), foi o criador dos principais *slogans* de campanha do partido. Em sua homenagem foi criado, em 2000, o Troféu Carlito Maia de Cidadania, que premia pessoas que desenvolvem ações sociais em prol da cidadania e na luta pelos direitos humanos.

¹¹² Júlio Cosi Jr., homem de criação, passou pela Standard e pela Alcântara Machado, Periscinoto (Almap). Foi presidente da Associação Brasileira das Agências de Propaganda (Abap) de 1966 a 1967.

¹¹³ Neil Ferreira, renomado redator, passou por agências como CIN, Norton, P.A. Nascimento, Salles, DPZ.

E.C. - No Salão do Automóvel de São Paulo, que era um ano sim, um ano não. Até o lançamento do Galaxie, as empresas, para ter prestígio e divulgação, compareciam ao Salão do Automóvel e era a mesma Kombi durante dez anos. Eles iam lá e expunham Kombi, 1960; era a mesma Kombi. As famílias que iam visitar o Salão do Automóvel para comer algodão-de-açúcar, maçã do amor, levavam os filhos como uma grande diversão, um grande passeio, iam para lá em um DKW Vemag e lá dentro viam exposto o quê? O DKW Vemag igual ao em que eles tinham ido, porque não podia trocar. Devido ao problema de prensa, de *dials* e de formas, era caríssimo trocar de modelo. Então, eles mudavam o limpador de pára-brisa, o espelhinho, um tecido do assento, era o que a gente chamava de *face lift* na indústria automobilística: era um cosmético apenas. Não mudavam o motor, não mudavam nada porque não se fabricava motor. Depois começou uma fábrica de motor da Ford e uma fábrica de motor da General Motors, já em São José dos Campos, já era mais para cima, mais na frente. O que acontecia com isso? Era um negócio tão primário, tão decepcionante... Então o Salão do Automóvel lançou o Galaxie, lançou com o presidente Castelo Branco indo sentar, tirar fotos etc.

Eu tinha o projeto de fazer o lançamento do Galaxie com *If you dream, dream big*, com Frank Sinatra, que não tinha vindo ao Brasil, não existia o Medina ainda, então sonhei com o Frank Sinatra, conversei com o agente dele, fui à Califórnia.¹¹⁴ Só não vi o Frank Sinatra, mas falei com eles todos, vinha o Frank Sinatra para cá e eu falei com ele que o Henry Ford viria. Aí, ele botou como condições, e isso foi fatal, ele falou: “Eu vou no jatinho com o Ford.” O Ford tinha um Learjet e, para o Frank Sinatra, que era ainda um cantor de *show business*, cantando em cassinos e que era de New Jersey, de Hoboken em New Jersey, onde eles queriam prender... Eu tenho um pôster na minha casa da ficha policial do Frank Sinatra preso, com coisinha aqui do lado dizendo a penalidade, foi tentativa de estupro, em 1937. Eu tenho esse pôster na minha casa, é incrível. Aí, inventei de trazer o Sinatra dentro de um outro projeto meu, que é *If you dream, dream big*. O custo é o mesmo.

Mas eu consegui o Sérgio Bernardes, Petit e o Zaragoza, fizemos um salão maravilhoso, mas com muito gosto. No bar do salão, para convidados, revendedores, começaram as negociações da Ford para comprar a Willys Overland do Brasil. É uma coisa histórica porque eles se visitavam, o diretor da Willys foi visitar o salão – era um sucesso o Salão do Automóvel, o estande da Ford. Foi um estande de três mil metros quadrados, era um terço do salão. Nessa altura o Petit, o Zaragoza e o Sérgio Bernardes levaram quadros do Di Cavalcanti, gravuras, esculturas da casa deles. Os dois, pobres ou ricos, sempre tiveram um gosto sofisticadíssimo em matéria de arte, pintura, principalmente, escultura... Levaram as coisas da casa deles e o Sérgio Bernardes também, com muita grandeza. Fizemos um salão louco e tinha um barzinho, tinha *chef*, *barman*, tinha tudo nesse salão, nesse bar, onde começaram as negociações para valer da Ford comprar a Willys do Brasil. Eram todos internacionais, não tinha brasileiro nesse papo. A Ford teve um sujeito chamado Monteiro, que foi presidente, mas isso, na época, só de montagem. Depois, quando eu trabalhava lá, era o Golden... Golden uma coisa dessas, ele era inglês, e os outros diretores eram todos americanos. Os diretores da Volkswagen eram alemães, à exceção do Mário Garnero, que era do Grupo Monteiro de Castro. O Mário Garnero era casado com a filha de um deles, ele foi parar lá como

¹¹⁴ Roberto Medina iniciou sua vida profissional na Midas, agência de seu pai, Abraham Medina. Em 1968 começou a trabalhar na Artplan, que havia sido criada um ano antes, e, em 1972, adquiriu o controle acionário da agência. Ao entrar em contato com Frank Sinatra a fim de contratá-lo para fazer um anúncio, Medina iniciou as negociações para um show de Frank Sinatra no Brasil, que afinal se realizou em 1980.

diretor, representando os 20%. Os árabes tinham um pedaço na Volkswagen do Brasil e os Monteiro de Castro, esses da Lilibeth...

L.H. - Monteiro de Carvalho.

E.C. - Monteiro de Carvalho!¹¹⁵ Ex-senhora Collor de Mello, Lilibeth Monteiro de Carvalho. O Mário Garnero era o único diretor da Volkswagen, mas ele era um diretor sem pasta na Volkswagen. Se na Ford eram americanos, na Alemanha os diretores eram alemães, o presidente era alemão. Na Simca, os diretores eram franceses. Tinha um sujeito chamado Dayrell, Dayrell de Lima, uma coisa dessas, que era um diretor brasileiro.¹¹⁶ Mas sempre tinha um diretor brasileiro, como eu fui da Ford, porque chega uma hora em que chega um diretor de jornal, tinha uma televisão, tinha uma entrevista, tinha um depoimento em Brasília. Aí, tinha que ir um brasileiro lá porque ficava difícil... Tinha uns que desciam aqui sem falar uma palavra.

I.S. - A conta da Ford era da Standard?

E.C. - Não, Thompson, *all the way*. Thompson no mundo.

I.S. - Então, quando saiu da Ford, você entrou na Standard e não tinha mais relações com a Ford.

E.C. - Não, não, acabou, não tinha mais nada. Nada, nada. Eu fui cuidar da Standard. É onde tinha Alpargatas, Kibon, Rhodia...

I.S. - Então, esse Salão do Automóvel, tudo isso é antes da saída.

E.C. - Tudo isso é da minha passagem pela Ford, onde eu renovei a *Revista Ford*, repaginei, refiz a revista levando gente boa para fazer a revista da Ford. Fiz uma escola para moças e mulheres em geral aprenderem a dirigir, arrumei uma professora que ensinava a dirigir, chamava-se Gisela não sei o quê. Ela era corredora, era a única moça que corria. Então, nós fizemos isso aí, que era co-patrocinado pela revista *Jóia*, com a Lucy Bloch. Eu fiz o diabo na Ford porque era um ambiente tão legal, tão bom, e tinha tanta grandeza que você esquecia que tinha que estar em Vila Prudente às oito da manhã e sair de casa às sete. Foi um período muito gostoso da minha vida. Se não fosse por dinheiro, eu teria ficado na Ford, também pela escola, pelas reuniões em Detroit, reuniões às vezes latino-americanas.

Petit e Zaragoza fizeram de *freelance* para mim uma campanha para a América Latina... Porque a Ford falou: “Ok, quem tiver a melhor campanha, nós botamos na América Latina. Pode ser da Ford do Peru, da Ford da Argentina, Ford do México. Vamos fazer uma reunião no México, uma grande reunião no México e cada um leva sua campanha e apresenta.” Era uma campanha, vamos dizer, institucional, de prestígio. Nessa época, a Ford tinha comprado a Philco e a Philco tinha um projeto também estratosférico, junto com a Nasa, tinha muita coisa assim na Ford. A Ford estava explodindo com o Iacocca na presidência.¹¹⁷ Era um negócio terrível, a Ford. Quando eu

¹¹⁵ O Grupo Monteiro Aranha S. A., presidido por Olavo Monteiro de Carvalho, possui 20% das ações da Volkswagen do Brasil Ltda., estabelecida no Rio de Janeiro em 23 de março de 1953. Mário Garnero foi casado com Ana Maria Monteiro de Carvalho, irmã de Olavo.

¹¹⁶ Sebastião Dayrell de Lima, diretor-presidente da Simca.

¹¹⁷ Lee Iacocca.

cheguei, o Iacocca tinha saído e tinha outro, um que foi secretário de Defesa dos Estados Unidos também, acho que foi presidente da Ford. Daqui a pouco vou lembrar o nome dele, foi na época do Vietnam. McNamara!¹¹⁸ McNamara foi presidente da Ford, depois ele passou para um outro e depois passaram para o Iacocca, que era diretor de *marketing*, depois virou presidente da Ford. Foi quando eu entrei. Foi o lançamento do Mustang no mundo.

L.H. - Mas termina essa história da campanha latino-americana.

E.C. - Eu estava meio de mal com a Thompson, peguei o Petit e Zaragoza e falei: “Vamos fazer uma campanha internacional.” Era tudo no guache, no desenho, na foto ampliada, mandando ampliar na Kodak, fiz uma campanha muito grandona, muito bonita para a Ford na América Latina. E quem ganhasse ficava com a glória, ia veicular na América Latina. Eu falei: “Vamos nessa que é uma boa.” Nisso, não entrou a Thompson, entrou a Metro 3. Essa campanha, eu botei embaixo do braço, a reunião era no México. Essa história eu conto como última, vou abusar um pouquinho da paciência de vocês, mas é uma história genial de engraçada.

Eu já tinha uma cunhada que morava em Nova York, continua morando lá até hoje, está com 102 anos. Eu ia para Nova York e, mesmo que a viagem fosse a trabalho, eu ficava com ela, tenho o maior carinho por ela, é mais velha, a maior loucura. Então, eu ia para Nova York e ficava no apartamento com ela. A reunião começava segunda-feira, de manhã, na Cidade do México, no Hotel Maria Isabel, no Paseo de la Reforma, um hotel incrível. Seria o Copacabana Palace atual, não o antigo. Eu falei: “Bom, malandro e meio, eu passo por Nova York, um fim de semana com a minha cunhada, vou à Broadway, janto não sei onde e no sábado à noite eu me mando para a Cidade do México.” Já tinha gente chegando na Cidade do México, estava tudo lá. Aí, eu botei a campanha embaixo do braço, saí para Nova York.

De Nova York, eu vou para o aeroporto, domingo à noite, a reunião era segunda de manhã, já tinha hotel reservado, tinha tudo: descia, dormia três horas no hotel e já ia para a apresentação. Cada país ia apresentar sua campanha para a América Latina. Deu uma nevasca e não saiu um avião de Nova York. E foi piorando, piorando, piorando, não tinha mais comida nos bares, os carros das *delicatessen*, dos *catering services* não tinham, nós começamos a comer as comidas que estavam reservadas para o vôo de avião. Foi ficando todo mundo, deitando no aeroporto, dormindo nas escadas. Não saía avião, vamos dizer, de seis da tarde, quando eu ia tomar o avião, até na segunda. Na segunda, eu acho que de madrugada, às três da manhã de segunda, eu consegui um avião que ia para San Antonio, no México, depois ia a El Paso e ia para a Cidade do México. Eu, brucutu nesse avião, e entro na reunião, que já estava rolando. Acho que eu era o primeiro a apresentar a campanha do Brasil. Pequeno acidente: eu esqueci a campanha no aeroporto de Nova York. *Just like that*, deixei a campanha. Conhece aquele pacotão, aquela mala? Deixei em Nova York. Porque: “Saí avião! Quem quer ir para San Diego? Quem vai para San Antonio? Quem topa pegar não sei o quê? Agora, correndo.” Aí, você corria para o avião porque tinha trator limpando a pista do aeroporto.

Eu fui para o México para apresentar uma campanha que foram 20 madrugadas, o Petit e Zaragoza, ilustração à mão. Não tinha campanha, não tinha nada. Cheguei lá,

¹¹⁸ Robert McNamara, assumiu a presidência da Ford Motor Company em novembro de 1960, semanas antes de aceitar o convite para assumir a Secretaria de Defesa, que ocupou entre 1961 e 1968, sob as administrações de John Kennedy e Lyndon Johnson.

[riso] chamei o tal Edgar Molina, que era o chamado El Tigre, o vice-presidente internacional na época, um guatemalteco brabo.¹¹⁹ Ele tinha dois metros de altura, grosseiro. Chamei ele de lado e falei: “Olha, eu perdi a campanha.” Ele falou: “Ah, você é um turista.” “Eu sou um turista. Vou acompanhar tudo, posso falar sobre a campanha, mas não tenho a campanha. Não tenho leiaute, não tenho texto.” E tivemos que verter tudo para o inglês para mostrar para os americanos. Ele começou a me chamar de *crazy rabbit*, que é uma empresa que ainda tem hoje, chamada Crazy Rabbit, eu escrevi coluna com o nome de Crazy Rabbit. Ele falou: “Não é possível que você saia do Brasil...” Eu contei para eles a história, eles compreenderam tudo. Ele falou: “Respire, fique quieto.”

Conhecem aquelas mesas em U, que tem aquela toalha branca? É aquela onde põem flores, aquela reunião, cada um com o nome do país na frente: “Brasil, Edeson Coelho.” E eu lá, sem ter o que falar. Primeiro, o Hotel Maria Isabel era o Copacabana Palace antigo, tapete deste tamanho, parede a parede, *wall to wall*, aqueles tapetes feitos em especial para o hotel, com aqueles desenhos, tinha painéis daquele trio comunista mexicano: Diego Rivera, Orozco, Siqueiros.¹²⁰

Eu entrei nesse hotel arrasado, com as mãos abanando. Aí, esse Molina falou comigo: “Edeson, se acalme, vai ali, toma um café com calma que você está muito chateado com isso tudo. Não se preocupe, não.” A Ford também era um *private club*, todos eles se protegiam e eram muito gentis. A companhia grande, dando lucro. Tinha aquelas mesas, desses congressos, aquela mesa cheia de xícaras, aquelas xícaras americanas grandonas, um samovar desse tamanho, de prata – era a sala de luxo do hotel –, em uma mesa, um aparador, com as xícaras, os salgadinhos, café, açúcar. E o samovar ficava na divisa da mesa com a torneira. Você abria aquela torneirinha, tipo barril de chope, e punha a sua xícara embaixo. Quando eu boto a mão na torneirinha, a torneirinha estava quente, eu fiz assim e a torneirinha, aquela que destampava por cima, e eu esvaziei o samovar no tapete [riso] do Hotel Maria Isabel e saí assim: *slop, slop, slop*. Todo mundo olhando para mim! Aí, esse Molina falou: “Eu queria fazer um intervalo e pedir uma salva de palmas [risos], um sujeito que não traz a campanha, acaba com o tapete do hotel e fica aí olhando para a minha cara.” O que eu ia fazer? É aquela torneira que vira e eu joguei a torneira para cima porque eu peguei errado na torneira e estava quente. Eu, muito comovido do vexame, joguei a torneira. O samovar, ninguém podia chegar perto porque saía fumaça. Aquele samovar estava a mil por hora, com fogo embaixo.

L.H. - Até a última gota [risos].

[FINAL DA FITA 5-A]

E.C. - Em um período da Ford, uma coisa de que tenho muito orgulho, vai direto à minha vaidade, um anúncio que eu fiz dizendo: “Faça como a Ford, compre um Willys.” Esse anúncio teve uma importância muito grande para mim porque a gente vai deixando a criação e, quando a gente faz alguma coisa, fica muito orgulhoso. Esse anúncio surgiu de uma idéia de que, embora eu na época controlasse os serviços de imprensa e divulgação, a compra da Willys pela Ford foi de uma complexidade jurídica,

¹¹⁹ “El Tigre” era a alcunha do nicaraguense Edgar Quintana, engenheiro, presidente da Empresa Nacional de Eletricidade (ENEL) e ministro de Construção e Transporte de seu país.

¹²⁰ José Clemente Orozco (1883-1949) e David Alfaro Siqueiros (1896-1974), pintores muralistas mexicanos, de temáticas humanistas e revolucionárias.

documentos... Foram seis meses, 30 advogados de um lado, 40 advogados de outro no então Hotel Jaraguá, discutindo dados. Porque tinha patentes de carros da Willys, da Chrysler, da Renault, da própria Ford... Então, a parte burocrática, independente das intenções – “sim, queremos comprar”; “sim, queremos vender” –, foi precedida de uma enorme quantidade de discussões e documentos.

Claro que isso acabou vazando para o domínio público, principalmente para revendedores das duas indústrias. E as vendas da Willys começaram a cair. Todo mundo sabia que a Willys estava fabricando um carro, que o Collor depois chamava de carroças, que era Aero-Willys, o Itamarati, aquelas coisas que viviam porque era aquilo que tinha para vender, mas era um troço muito primário. E o Mauro Salles fazia o que podia. O Mauro era a agência da Willys. Então, fizeram o lançamento do Itamarati na revista *Manchete*, com toda aquela pompa. E o outro carro era o Gordini, que tinha na época um *slogan* negativo, o Gordini era como o Leite Glória, dissolve sem bater. [Risos.] Era uma loucura. Havia um descrédito muito grande da linha de produtos da Willys, mas era o que tinha e era vendido. A Willys concorria com um Simca Chambord, que, na época do Belo Antônio, era: “Ah, belo e impotente.” O Simca não andava, não tinha potência. Tinha o DKW Vemag, que era uma coisa também estranha. Tinha carros estranhíssimos. A vinda da Ford comprando o Galaxie, a reputação da Ford no mundo no fim do século anterior era uma coisa muito grande. Nós precisávamos proteger os produtos da Willys porque, durante a negociação, as coisas estavam se deteriorando. Então, ficamos quebrando a cabeça com a Thompson.

Nessa época, é um outro fato que eu queria também acrescentar aqui: eu, como diretor da Ford, acabei transferindo a criação, a parte gráfica, televisão e tudo, para a Metro 3, que na época era do Petit e do Zaragoza. Era um estúdio extremamente talentoso. O Petit tinha vindo da Thompson, eu acho, e o Zaragoza também. Eles chegaram, os dois são espanhóis, agravando a condição de espanhóis, catalães, que era uma coisa complicadíssima. Eu passei por um desacordo com a Thompson, que era a agência mundial da Ford em todos países do mundo: contrato de 40, 50 anos... O contrato não me permitia mudar de agência, então eu continuei veiculando pela Thompson, com o mesmo relacionamento, e informei à Thompson da maneira civilizada possível que eles passassem na Metro 3 e apanhassem lá os originais, os anúncios, folhetos. Foi uma coisa extremamente dolorosa para mim, para a Thompson... Eu fui para a Ford recomendado pela Thompson. Foi uma coisa muito difícil, mas tinha que ser feito, e isso se refletiu em Detroit, por causa do contrato, na Ford. E deu à Metro 3 as raízes... Eles viviam fazendo *freelance*, eles eram estúdio. Deu à Metro 3 um *status* muito grande, a Thompson mandou enviados ao Brasil para tentar cooptar e negociar com a Metro 3 para que a Metro 3 passasse a ser uma empresa associada à Thompson, isso de uma maneira muito digna, muito legítima. Os espanhóis, [riso] como todos os espanhóis, são feitos de teimosia e de cabeça dura, continuaram como estavam.

Então, o Salão do Automóvel, os folhetos, a pintura dos carros, aquelas pinturas que a gente chamava na época de psicodélicas, nós pintamos um Gordini com todas as cores possíveis do mundo, e eu fiz um anúncio que a Ford não quis publicar em que eu dizia que a Ford daria toda a tecnologia e toda a sua experiência de *styling*, de apuro mecânico e garantias etc. ao Gordini e que nós íamos chamar de Fordini. [Riso.] Mas isso não foi possível, quase me mataram em Detroit e esse anúncio não saiu. Mas, voltando ao anúncio original, esse “Faça como a Ford, e acabei mandando esse anúncio para Detroit: “*Do like Ford, buy a Willys.*” Já comecei fazendo o anúncio assim, embora eu não seja tão versado em inglês, mas tinha que discutir com a diretoria da Ford primeiro e tinha que mandar para Detroit, porque estavam bloqueadas quaisquer comunicações de ordem sobre essa fusão. Havia nota da Ford e eu neguei, até ser

anunciada formalmente eu negava, como toda pessoa tem que fazer. Você não pode negociar uma coisa e começar a conversar no botequim da esquina. Era uma operação muito delicada. Mas esse anúncio foi uma bomba quando saiu, era uma página inteira, praticamente *all type*, e dizia: “Faça como a Ford, compre um Willys.” E a Ford dizia: “Nós estamos colocando, estamos estudando a Willys, por ser uma companhia organizada, séria, com princípios éticos, técnicos, e nós endossamos esses produtos da Willys. Então, vocês façam como nós. Nós estamos comprando a Willys.” Foi um anúncio extremamente controvertido e eu fiquei muito feliz por ter feito.

I.S. - Você tem uma cópia desse anúncio?

E.C. - Não, não tenho. Eu não tenho nada. Eu tenho a minha memória, muito desgastada. Era um *all type*, mas era só: “Faça como a Ford, compre um Willys.” E um texto muito pequeno embaixo e assinado Ford Motor do Brasil. Foi o primeiro manifesto oficial, porque essas coisas vão andando, andando, andando, de repente a imprensa vaza, sai tudo. Louve-se que do outro lado tinha o Mauro Salles, pela Willys, que foi uma coisa... Nessas fusões, confusões, acordos, o Mauro Salles é imbatível.

I.S. - O Mauro Salles era a agência...

E.C. - O Mauro Salles tinha a Mauro Salles Publicidade, fundada com a conta da Willys. Então, o Mauro Salles foi imbatível. Ele é muito rápido, muito competente e isso ajudou muito o negócio de imprensa, essas coisas todas. Eu só queria fazer esse registro.

I.S. - Nesse caso, embora não fosse da agência, você fez a criação?

E.C. - Fiz. Eu sempre atrolei muito, sempre disputei muito...

I.S. - Que não é uma coisa comum, não funciona assim.

E.C. - Não, não. São riscos que a gente transfere para a agência: se der certo, foi a agência; se não der certo, foi a agência. É uma proteção muito grande. E há um outro perigo, também pode registrar: é que a subserviência da agência, em geral – estamos falando em tese –, é muito grande, porque as contas entram e saem às vezes por pequenos atritos, pequenas injustiças, pequenos caprichos. Essas coisas vão aumentando... E uma agência investe, trabalha às vezes cinco, dez anos e perde uma conta pelo telefone: “Vocês estão dispensados.” É profundamente injusto. Então, um gerente ou um diretor de uma empresa anunciante, um cliente, a opinião que ele dá, a agência sai correndo atrás e diz: “Graças a Deus, o cliente gostaria realmente de um comercial com a Xuxa. Traz a Xuxa a qualquer preço, vamos botar a Xuxa...” Isso é uma coisa muito delicada, de muito cuidado. Você precisa ter muito cuidado e muito respeito pelos profissionais que estão fazendo aquela coisa, não pode pegar um negócio desses e avacalhar, porque alguém trabalhou pela madrugada. Então, essa é uma posição com que eu tenho muito, mas muito cuidado. Principalmente com criação, porque ela é muito subjetiva. Você acaba dando um palpite e aquilo vira...

Mas eu tenho um espírito de competição também, para obter o melhor, se o sujeito não faz, eu faço. Isso é uma maneira de fazer as coisas andarem. Tem duas caras, eu na direção de uma agência e eu conversando com vocês aqui. Eu não gostaria nem, às vezes, de ser funcionário meu. A não ser a lealdade e a igualdade, a suposta postura

que eu tenho de conversar com todo mundo, saia de baixo quando o dinheiro não é meu. Saia de baixo porque realmente sou bastante... Eu talvez não perceba, mas a parte minha cruel ou irônica é muito visível em se tratando de obter alguma coisa e não concordando muito com a chamada preguiça intelectual. Eu chego a fazer 30 títulos para um anúncio, 40 títulos. Sou muito, muito, muito chato nisso e isso fica sempre internamente. Aquele sujeito é exigente, é isso, é aquilo. No fundo, todo mundo acaba agradecendo porque as coisas saem um pouco melhor. Vamos lá, desculpem.

L.H. - Vamos entrar mesmo na sua fase mais de propaganda, para a gente poder ouvir mais sobre essas suas contribuições. Você já tinha dito que saiu da Ford por uma questão de salário e foi para a Standard, em São Paulo, de 68 a 71. Essa experiência foi interessante, foi importante na sua trajetória?

E.C. - Foi. Foi a primeira função minha como diretor-geral de uma agência. Eu tinha trabalhado em agências, no caso da McCann, mas eu era assistente de redator, praticamente aprendiz; trabalhei na Arco-Artusi, também de maneira...

L.H. - Também no início.

E.C. - No início, muito, muito, muito precário. A Standard foi para mim o real começo em um cargo de direção, em uma agência que na época... As estatísticas no Brasil eram – são ainda, mas eram mais – precárias, muito falhas.

L.H. - A Standard de 68 ainda era do Cícero Leuenroth?

E.C. - Cícero Leuenroth, sozinho. Seria uma família alemã. O Cícero tinha uma tradição: ele é filho do Eugênio Leuenroth e o Eugênio foi praticamente um dos fundadores da publicidade organizada no Brasil, através da Eclética.¹²¹ Ele tinha uma agência em São Paulo, estamos falando em 1931, 32. O Cícero era o *tycoon* legítimo, de virar a mesa, de rasgar as coisas, chorar. E o Cícero tinha uma qualidade naquele começo: ele aprendeu a falar inglês. Eu acho que ele ia muito para Nova York. Ele era o que o Armando [riso] Strozenberg chamaria de *grand seigneur*: era uma figura de grandes gestos, baixelas de prata, se hospedava no Waldorf Astoria e saía um *bellboy* chamando “*Mister Leuenroth, calling from Brazil.*” E ele estava tomando um uísque, um champanhe e atendia ao telefone. O Cícero era essa figura notória, notável, passional ao extremo. Eu acho que fui parar na Standard e entrei pela garganta abaixo do Cícero, que me conhecia muito pouco.

Eu era diretor da Ford, tinha feito coisas importantes, notórias na Ford e em outros lugares e o Lívio Rangam, que era o diretor da Rhodia, tinha um poder na Standard de São Paulo, que não era só de maior cliente. Ele era uma personalidade marcante, uma figura obcecada por fazer as coisas. Misterioso, ele nasceu em Zagreb, a gente não sabe bem onde ele nasceu, não sabe se era casado, o que ele era. Mas era uma figura bonita, bonita em todos os sentidos, e muito, mas muito dedicado ao negócio da Rhodia. Nunca se soube os interesses dele. Ele não era um dinheirista, um sujeito que vendia a alma por dinheiro. Ele vendia a alma por sucesso e para fazer as coisas na Rhodia. Ele transformou a Rhodia, que era uma fábrica de fios sintéticos que resultavam

¹²¹ A Eclética, fundada em 1913-14 por Jocelyn Bennaton e João Castaldi, é considerada por diversos autores como a primeira agência de propaganda do Brasil. Posteriormente, Eugênio Leuenroth e Júlio Cosi associaram-se à agência, onde se consagraram como grandes pioneiros da propaganda.

em tecidos ou em tapetes ou em cortinas, era na época do rayon, desses tecidos estranhíssimos na época, o ban-lon. Quem não sabia o que era o ban-lon na época? A Rhodia era uma indústria farmacêutica tradicional alemã do Grupo Rhone-Poulenc, Rhone do rio Rhone, Poulenc eu não sei o que era. Rhone-Poulenc era um grupo tradicional que ninguém no Brasil sabia nem desse nome. E a Rhodia é do começo do século, no Brasil.¹²² Ela tinha não só a indústria farmacêutica, Rhodine, que era um comprimido para dor de cabeça chamado “Rhodine, a boa enfermeira.” *Argh*. E a Rhodia, além da indústria de fabricação de fios, era dona da Valisère, que hoje pertence a esse mesmo grupo que controla a Triumph. É um grupo que se reporta à África do Sul, que era originariamente alemão. São complicadas as multinacionais e as fusões e eu me perdi no meio.

Mas o Lívio Rangam era uma pessoa incrível. Daqueles sujeitos que chegam às 6:30, 6h da manhã no escritório e saem às 2h da manhã. E almoça com os funcionários, com os clientes... Ele era de formação francesa e ocupava um andar da Standard, que era um prédio de 13 andares na praça Roosevelt, em São Paulo. Um prédio muito fininho, e esse prédio tinha um andar inteiro que era o grupo Rhodia, onde o Lívio Rangam tinha sala, secretária, mordomia, assessores, aspones, o diabo a quatro. E o Lívio fazia, originariamente, desfiles de moda, no auge da Fenit do Caio Alcântara Machado, começo da Fenit. E o Lívio, além dos desfiles, lançava coleções. Aí entrava o Alceu Pena, que era um figurinista e um diretor da velha escola do Rio de Janeiro, que já vinha de *O Cruzeiro*. Alceu Pena fazia o *Amigo da Onça*. Não, isso era o Péricles. O Alceu Pena fazia *As garotas do Alceu*. Então, o Alceu Pena trabalhava com o Lívio. Depois, os cenários e essa parte toda grandiosa de Cecil B. de Mille – o Lívio era um cruzamento de Ziegfeld, Cecil B. de Mille, mais Carlos Machado, Chianca de Garcia, Cassino da Urca... O Lívio tinha esse sangue, esse espírito. O Ciro Del Nero era o cenógrafo. E aí tinha o *show* da Rhodia, o desfile da Rhodia e a Caravana da Rhodia que andava pelo Brasil. Uma das caravanas foi com a Shell e com a Ford, mas outras caravanas iam para o maior teatro, o maior estádio. E aí tinha desfiles e *shows*. E nesse *show*, pela Standard, eu assinei contrato – a Rhodia não entrava, a Standard produzia e fazia tudo por ordem do Lívio e da Rhodia – com Caetano Veloso, Gilberto Gil, todas essas figuras. Esses atores tipo Walmor Chagas, que apresentava os programas, este outro senhor, Raul Cortez. Era tudo que existia de *show business* no Brasil, que ia de Jorge Bem a Eliana Pittman, o que fosse. E tinha também arranjadores, maestros, coreógrafos... O coreógrafo era o Lenny Dale, que é de grande história, grande contribuição à dança popular no Brasil. Lenny Dale era outro dos gênios que ficavam em roda do Lívio. O Lívio tudo patrocinava via Standard. Olha, o mundo de exceção que se vivia. A Standard pagava modelos, clínicas de emagrecimento para modelos, psicanalista para bailarinos, médico, roupa, alfaiate... Tinha um alfaiate que era o Rofer, era o alfaiate do Lívio para fazer as roupas. Rofer era *RO* de Rodolfo e *FER* de Fernando. Esse Rofer vivia em torno de fazer as coisas da Rhodia. Depois tinha as costureiras. Tudo, tudo pago via Standard Propaganda. Vocês já imaginaram o que é uma conta publicitária cujo diretor ocupa um andar da agência, cujo poder era de vida ou de morte... Ele ligava para o Cícero, dizendo: “Cícero, meu amor...” Ele tinha um sotaque meio de Zagreb, meio da França, meio da Itália. Porque no fundo ele era Rangam, mas italiano não estava em moda, o Lívio era mais francês. Então, ele falava: “Cícero, meu amor, não quero mais esse diretor de criação aqui.” Desligava o telefone e

¹²² A Rhodia começou suas operações no Brasil em 1919 e foi pioneira, a partir de 1955, na produção de fios de náilon no país.

o diretor morria ato contínuo. Eu nunca vi. Mandar dessa maneira, exercer o poder, sem corrupção, sem nada. Era o poder para fazer as coisas bem-feitas, à maneira dele.

I.S. - Isso era em São Paulo?

E.C. - São Paulo. O Cícero não ia a São Paulo em hipótese alguma. Não era com ele.

I.S. - Pois é, o Cícero morava no Rio de Janeiro.

E.C. - Morava no Rio, no Morro da Viúva e daqui não saía, a não ser para fim de semana em Petrópolis, onde ele reunia a família toda e ficavam lá muito alegres. Eu acho que, em três anos que fiquei na Standard, não sei quanto, eu não vi o Cícero em São Paulo. Eu vinha ao Rio conversar com o Cícero aqui. Quem ia a São Paulo regularmente era Guilherme Augusto de Vasconcelos, que era o superintendente da Standard, supostamente para o Brasil todo, mas ele exercia a superintendência no Rio, onde o gerente-geral era João Carlos Magaldi. E o Prospero como diretor de arte para a conta da Shell. Eu era diretor-geral em São Paulo.

I.S. - Você era diretor em São Paulo e tinha uma filial da Standard no Rio?

E.C. - Não, a matriz era no Rio. Eu estou sempre na contramão. Eu trabalhava na McCann, a matriz era no Rio e eu estava em São Paulo. A matriz foi para São Paulo, eu saí.

I.S. - A Standard então foi fundada no Rio.

E.C. - A Standard foi fundada, cresceu no Rio com a conta da Shell, mais Helena Rubinstein, mais uma série de contas. Mas era o Cícero *versus* a Shell. Cícero ia a Londres, voltava de Londres, os ingleses vinham à Shell. Depois, teve uma época em que a Shell tinha presidentes brasileiros, aí o Cícero desenvolveu muito. Mas o capital do Cícero chamava-se Shell do Brasil. Em São Paulo, ele teve diretores tipo João Dória, pai, que era o diretor-geral da Standard em São Paulo. Depois, eu acho que foi o João Carillo, que saiu da Lintas e foi ser diretor em São Paulo. Nos anos 50, eu acho que já era o Carillo. Depois do Carillo, eu tenho a impressão de que foi o Hernâni Donato, que eu acho que era irmão do Mário Donato. Mário Donato, eu tenho a impressão de que morreu, era um romancista, um escritor, um intelectual. Depois disso, eles tiveram Said Farhat, que foi diretor-geral da Standard de São Paulo. Depois disso, eu acho que entrou o Moraes de Barros, depois entrou Júlio Cosi, filho do velho Júlio Cosi. Júlio Cosi Filho, que teve também uma contribuição muito grande à publicidade brasileira no auge do *booming* de criação, da ditadura, do começo da criação. O Júlio Cosi levou para a Standard Roberto Duailibi, Neil Ferreira, Licínio de Almeida. A passagem do Júlio Cosi foi muito importante na Standard, onde eu acho que apareceu também a Rhodia. Eu não sei bem quando a Rhodia entrou na Standard. Quando eu cheguei, já estava lá.

Eu fui levado para a direção geral da Standard pelo Lívio Rangam, que se tornou um bom companheiro meu quando eu estava na Ford. O que aconteceu foi que eu tinha obviamente um conflito de personalidade e de autoridade com a pessoa do Lívio Rangam. Porque, fora disso, o Lívio tinha muito charme e muita sedução. Ele era um sujeito de muitos presentes, de muito carinho. Ele era uma figura complicada. Muito sozinho. Eu trabalhei com o Lívio e nunca soube onde ele morava. Uma figura muito estranha, assim nesse sentido pessoal. Mas, ao mesmo tempo, muito generoso, muito

sedutor. Para convencer um Caetano Veloso a entrar no *show* e cantar, o Caetano Veloso e o Gilberto eram muito arredios a patrocínios, essas coisas. Sempre foram, mas nessa época eles eram garotos baianos de sucesso, então era complicado, e o Lívio envolvia todos eles via aquele Araújo, que a gente chamava de Queixada, que era o grande empresário...

I.S. - Guilherme.

E.C. - Guilherme Araújo, uma figuraça também. Outro dia, eu vi ele na televisão. Ele era quem realmente cuidava de Gal Costa, Bethânia, Caetano, Gilberto, Jorge Ben. E eu estou falando dos notórios, mas tinha um rol muito grande de artistas, na época dos festivais de música popular brasileira, a grande época da Record. Essas coisas eram importantes e a Rhodia realmente extrapolou uma fabricante de fios, de tecido. O *positioning* da Rhodia eu nunca soube. Era o Lívio Rangam fazendo com grandeza e atropelando o Brasil inteiro, principalmente veículos... O Lívio tinha acordos e edições especiais na revista *Jóia* e ele ia fotografar a nova coleção em Israel. Depois, ele voltava e ia para o Líbano. Depois ele ia para a Tailândia. Loucura, a operação da Rhodia. Isso implica motoristas, maquiadores, figurinistas. Era muito complicado. Então, esse conflito entre a minha posição de diretor-geral da Standard e o Lívio era um conflito civilizado, mas muito, muito complicado. Porque você chegava e falava: “Quem pintou esta parede?” Aí, o sujeito falava: “Dr. Lívio Rangam.” Aliás, não chamavam ele de Rangam. Era o Lívio. “O Lívio mandou pintar a parede.” “O Lívio mandou trocar os tapetes.”

I.S. - Da agência.

E.C. - É, da agência.

I.S. - Poder do cliente.

E.C. - Na minha posse, tinha reuniões no andar de cima, onde era o estúdio da Standard. A Standard, em São Paulo, tinha 180, 160 funcionários, uma coisa assim. Na época, as agências tinham muitos funcionários. Então, era complicado fazer uma reunião dessas porque o sujeito falava: “Vamos ver, que afinal de contas o Edeson decide, no fim esse assunto...” Porque era uma reunião meio puxada a uísque, que o Cícero Leuenroth começou a fazer aqui no Rio e em São Paulo.

[FINAL DA FITA 5-B]

2ª Entrevista: 18.06.2004

E.C. - Cícero implantou esse esquema de uma reunião de confraternização e todo mundo com uísque e salgadinhos destravava um pouco a língua e falava as coisas. Era uma reunião da Assembléia Francesa no meio da Revolução para falar as coisas. Não é bom isso. O Cícero, uma vez, aqui no Rio, chamou todo mundo de criação, redação, atendimento, no auge do macarthismo, e disse: “Chegou a hora da verdade. Os meus clientes multinacionais – especificamente Shell e outros – estão reclamando que a Standard é um ninho de comunistas. Chegou a hora da verdade. Eu vou fazer uma linha no meio da sala. Quem é comunista que assuma e fique desse lado. Quem é democrata que fique desse lado.” Houve aquele silêncio – eu não estava nessa reunião –, passou

um para o lado dos comunistas, passou outro, passou outro... E eram o diretor de criação, o chefe de redação... [Riso.] Aí, o Cícero, muito esperto, falou: “É só para saber com quem a gente está falando.” Esse era o Cícero.

Mas na Standard tinha alguns clientes notórios e extremamente profissionais. Vamos falar de Alpargatas, vamos falar da Kibon, que na época eu acho que estava passando para a General Foods. A Kibon era uma fundação de um japonês, feito o japonês que tem na Barra, que a gente não sabe bem, esse dono de terrenos na Barra. Eram os japoneses que fizeram Harkson do Brasil e era um nome que eu nunca entendi por que Harkson, para ser americano.¹²³ Mas a Kibon originariamente era um grupo de um chinês brasileiro, o nome é estranhíssimo. Quando eu cheguei, tenho a impressão de que a Kibon já era da General Foods. Já era uma Kibon complicada, planejada, mais centrada. Perdeu-se muita coisa da Kibon antiga, mas ganhou-se em termos de mercado e solidez. A Kibon era o cliente mais exigente que eu vi na minha vida, com um sujeito chamado acho que José Eduardo, eu não sei bem, mas o último nome dele era Bicudo. Esse Bicudo ficou famoso com os padrões de exigência para a época, que eram impossíveis. Ele reclamava de uma agência chegar um minuto atrasada. Olhem, era uma coisa. Além de ele ser um sujeito competente. Mas era muito desagradável o contato com o famoso Bicudo. Ele era uma lenda na publicidade em São Paulo.

Já a Alpargatas era uma companhia argentino-inglesa, hoje ela é uma companhia eu acho quase que inteira brasileira, mas eles eram ingleses na Argentina.¹²⁴ Talvez pela compra de algodão, os ingleses sempre controlaram muito o mercado egípcio-brasileiro de algodão. A Alpargatas também é de começo de século no Brasil, tinha os produtos que nós todos sabemos. Mas a Standard eu acho que tinha o Conga, esse calçado Conga. Alpargatas vem do nome antigo que se dava, era aquele chinelo, aquele sapato de cordas com uma lona por cima, geralmente uma lona vermelha, amarela. Isso virou o Conga. O Conga, já pela Standard e pela própria Alpargatas, tinha uma conotação nova. Mas, a bem da verdade, Alpargatas é uma organização primorosa de *marketing* e distribuição. Ela parecia em alguma coisa com a Souza Cruz, até pela origem, na maneira inglesa de conduzir as coisas. Um resumo rapidinho: a Alpargatas tinha conosco o chenile, que era uma colcha que saiu de moda. Um troço horroroso. Chenile entrou por uma porta e saiu pela outra. Eu acho que foi uma explosão no mundo e desapareceu. Mas a Standard tinha essas contas estranhíssimas da Alpargatas e tinha as contas boas, como alguns calçados. Eu acho que nós chegamos a trabalhar com as calças *jeans*, a Alpargatas era pioneira também, com a Rancheiro. Acho que US Top era deles também. A linha da Alpargatas era muito grande, principalmente pelo encerado Locomotiva, que era aquela lona Locomotiva, que chamava de encerado. Mas ela tinha uma série enorme.

E tinha uma coisa a Alpargatas – isso eu nunca esqueço na vida. Na época, estamos falando de 1966, 67, 68, fumava-se em sala de operação e escritório médico. O médico fumava, você fumava, a enfermeira fumava. Não era em reuniões na Souza Cruz, estou falando de reuniões em hospital. O médico fumava em sala de operação. Fumava-se em filme de Hollywood, era um fumacê. Era tudo *merchandising*, mas a gente não sabia. Então, o que acontece? Na Alpargatas, só se fumava a partir de 4h da tarde no escritório. Escritórios daqueles de empresa americana, naquela linha do *Se o meu apartamento falasse*. Tinha 400 pessoas, mesa, mesa, mesa e todos trabalhando à máquina, aquela grande lâmpada, o relógio em cima. Ficavam todos, inclusive os diretores, alguns ingleses e outros diretores argentinos ou brasileiros, cigarro na mão

¹²³ A U.S. Harkson do Brasil, primeira indústria de sorvetes no país, foi fundada em 1941 pelo americano U.S. Harkson, transferida da China. Em pouco tempo adota o nome fantasia de Sorvex Kibon.

¹²⁴ A São Paulo Alpargatas S.A. teve seu capital nacionalizado em 1980.

apagado, fósforo na outra, olhando para o relógio. Chegava 4h, todos acendiam o cigarro. A Alpargatas deixava que fumassem no escritório de 4 às 5h. Não existe isso. Camisa, só branca. Eles fabricavam camisas também, eu me esqueci disso. A Rhodia tinha uma camisa *Volta ao mundo*, que era o começo do náilon, camisa *Volta ao mundo* porque você podia viajar, lavar e ela secava. Isso era a Rhodia. Mas a Alpargatas tinha essa grande disciplina.

L.H. - E essa fábrica era em São Paulo?

E.C. - Tudo em São Paulo, obviamente na Mooca e era lá que tinha o escritório. Tinha um pozinho de algodão, um calor desgraçado. E eles marcavam reunião, eu ia semanalmente à Alpargatas. Eu não era de atendimento, mas ia porque eles queriam falar com o diretor uma vez por semana, em uma reunião formal, às 7:30h da manhã na Mooca. Não era às 7:31h, era às 7:30h. Eles eram ingleses-argentinos, imperialistas. Então, Alpargatas foi outra experiência boa de *marketing*, terrível de exigências.

São histórias que a gente tem que registrar. Eu diria que tinha até um componente de sadismo, além da subserviência da agência. Tinha um componente de sadismo que hoje não está mais presente. Talvez tenha isso no interior do Maranhão, eu não sei, no Camboja, mas essas coisas foram saindo do Brasil, não poder desabotoar o colarinho dentro da Alpargatas, nem tirar o paletó. E camisa branca para funcionário auxiliar, *office-boy*, arquivista trabalhando de camisa, colarinho fechado, paletó, sem ar-condicionado. E estamos conversados.

L.H. - Essa interferência – já que a gente também quer ter uma visão geral – que o senhor está relatando nesse caso específico da Rhodia em relação à Standard...

E.C. - Ela não precisava interferir, ela controlava as coisas.

L.H. - Essa relação, digamos, peculiar é uma marca da publicidade? Isso é uma marca daquele tempo, ou continua acontecendo?

E.C. - Não, isso era um extremo que eu nunca vi acontecer antes, durante ou depois. Nunca vi isso e eu tenho 50 e tantos anos de publicidade. Não, a esse ponto, não existe. Tinha um diretor da Skol que se chamava Alírio não sei o quê – ele antes era major do Exército, coronel. No começo da Skol, ele tinha um escritório aqui no Rio. Ele chamava a agência, mostrava-se leiaute para um *outdoor* e ele falava: “Não estou interessado.”

L.H. - Que agência era essa?

E.C. - Várias. Eu acho que foi a DPZ, em alguma campanha. A Standard fez o lançamento da Skol em São Paulo com o Roberto Duailibi, que era uma seqüência genial de *outdoors*. Era um copo, depois de outro, depois de outro, depois de outro. Roberto Duailibi tem contribuições incríveis à criação e hoje ele virou um conferencista, um misto de Iacocca com Paulo Maluf. Parece que é dele, você ia de automóvel do Rio para São Paulo, na via Dutra, e, quando você ia chegando em São Paulo, começava assim: “Pela Vasp, você já estaria em São Paulo há quatro horas.” “Pela Vasp, você já estaria em São Paulo há cinco horas.” Roberto tem um outro comercial famoso...

I.S. - Esse da Vasp é dele?

E.C. - É dele, acho que é dele. Tem um da Dietil... Roberto nem fala nisso, como a DPZ toda não fala para trás. Roberto tem um que se chama, eu acho, “Ninguém ama um homem gordo”, da Dietil. Um *outdoor* grande. Olhem, de uma crueldade, mas no fígado, não? Bom, voltando, perdão...

I.S. - Você estava falando da Skol.

E.C. - Esse Alírio da Skol, acho que era Alírio Góis, esse era outro, tipo Bicudo da Kibon, mas com um componente militar. Era um ex-militar, aqueles de cabelo curto. E o Alírio Góis olhava os leiautes para *outdoor* e falava: “Isso não é importante para mim. Vocês podem imprimir, alugam o espaço, põem e, se não ficar bom, eu não pago. Se não der resultado, eu não pago.” Essa era uma posição tranqüila em reunião e a agência morria de rir.

I.S. - Morria de rir?

E.C. - É, ele é engraçado, ele não paga. Depois, arrumava uma maneira de cobrar de outra maneira.

I.S. - É uma relação tensa, não?

E.C. - Tensa, dependente e, salvo as pessoas intelectualmente melhores... Eu tenho uma admiração pelo Armando Strozenberg, pelo próprio Roberto Duailibi, pelos três da DPZ, Alex e outros, que tinham uma postura ativa e independente porque já estavam melhor na vida etc. Mas essa parte da coluna vertebral é muito complicada, é uma das partes mais dolorosas da propaganda. Eu acho que companhia de seguro deve ser assim. Eu não trabalhei em outra profissão, acho que diretor do banco chama um grande cliente, o grande cliente pisa nele. Em imóveis é mais ou menos assim, com grande empresa de imóveis. O sabujismo e a subserviência em agência de propaganda, nós poderíamos falar aqui dez horas sobre isso e, por mais ingênua que a pessoa seja, isso está no ar. A gente percebe a arrogância do cliente, principalmente até os anos 70, a dependência da agência porque o sujeito às vezes não era o dono da agência.

Eu fiz algumas coisas, paguei um preço às vezes até caro: eu respondi quando era possível, fui bastante contundente, às vezes deselegante... Ficava no limiar, no fio da navalha de tentar dizer: “Não é bem assim.” De cliente que diz: “Vamos continuar bebendo, eu sou cliente, estou aqui no bar e convidei uns amigos.” A minha resposta era: “Então, pede ao garçom e eu assino a nota através de meu cartão de crédito, eu vou embora e você continua bebendo aí.” Eu fiz isto *n* vezes. Estava apresentando para uma grande companhia petrolífera fotos para um catálogo, feitas em helicóptero, com muito trabalho, e tinha um auditório grande com todos os sócios, diretores, em nível de alto escalão. O diretor dessa empresa - chamava-se Unipar - o diretor dela era o comandante Castelo Branco, filho do presidente da República...

L.H. - Você estava na Standard?

E.C. - Não, eu estava na Lab. Estava apresentando isso, então escureceu, estava apresentando os *slides*... A cada *slide*, ele falava: “Não é nada disso, vocês extrapolaram, vocês são muito incompetentes.” E eu lá atrás, junto com o sujeito que projetava *slides*. Continuou a sala escura e eu fui embora. Quando acabou, ele falou:

“Edeson, queria...” Me contaram isso. Aí, o sujeito do *slide* falou: “Seu Edeson já foi embora há muito tempo.” Ele me ligou depois, pedindo desculpas. Era um homem educado, também oficial da Marinha. Ele era diretor de comunicação da Unipar, que era um consórcio de várias companhias da indústria petroquímica em São Paulo. Então, tem maneiras, não é? Eu tive um enguiço com Armando Morais Sarmiento também, presidente da Kaiser, antes presidente da McCann-Erickson, inclusive presidente da Interpublic, que era a *holding* da McCann-Erickson em Nova York. Armando Morais Sarmiento é uma lenda. Na apresentação inicial da Kaiser, também começou: “Corta isso, tira aquilo...”

L.H. - Só para a gente localizar, você estava onde?

E.C. - Na MPM. Eu fui à MPM para fazer essa campanha da Kaiser. A certa altura, eu falei: “Armando...” Ele tinha um certo carinho por mim porque eu trabalhei na McCann com 17, 18 anos e ele era o presidente da McCann. E o Jorge Giganti da Coca-Cola, que era acionista da Kaiser, estava na reunião também, era um homem poderosíssimo na Coca-Cola.¹²⁵ Mais o Luiz Macedo, todo mundo.¹²⁶ Eles foram cortando: “Tira isso, diminui um pouco a televisão...” Era muito trabalho que nós tínhamos feito, de um mês, na apresentação, e eu fazendo o que podia, apresentando tudo. Eu falei: “Sarmiento, a gente tem uma maneira de fazer isso por um preço mais barato, quase de graça, o lançamento desta cerveja.” Ele falou: “Qual é esse meio?” Eu falei: “Esparrama um boato.” Ficou um tremendo *tableau*, a reunião toda parada, o Macedo, que era o dono da MPM, ficou preocupado. Mas era a maneira. Ele falou: “Edeson, de alguma maneira você me desculpe, realmente eu extrapolei um pouco.” Eu falava de televisão, ele: “Pode cortar um pouco a televisão?” Você falava: “É um lançamento, vamos fazer 60 segundos...” “Pode ser 30?” Você falava: “Vamos arrumar uma produtora para fazer um filme assim...” “Não dá para fazer...” Chega uma hora em que você não agüenta mais e fala: “Desculpe, Sarmiento, a única maneira econômica, quase de graça, é esparramar um boato.” Isso rendeu muito depois [riso], mas eu sobrevivi e a Kaiser não sobreviveu. A Kaiser continua com muita dificuldade devido à composição acionária de Coca-Cola e 60 revendedores da Kaiser, são os donos da Kaiser; é complicado.

L.H. - É engraçado, uma postura dessas vindo de um homem de propaganda

E.C. - O Armando Sarmiento era um famoso mão-de-vaca. Ele não era de criação, nunca foi. Ele era um administrador de extremo pulso. Ele hoje é um dos maiores engarrafadores da Coca-Cola em Juiz de Fora, Niterói e companhia. Hoje é dirigido pelo filho, ele morreu recentemente, o Armando. E ele era um *tycoon* quieto, quietinho. Falava muito pouco, mas extremamente irritadiço e autoritário. E com direitos, que ele tinha um talento para administração... Um homem que saiu de um país subdesenvolvido como o Brasil para ser presidente da Interpublic, em Nova York. No auge da Madison

¹²⁵ Jorge Giganti foi presidente da Coca-Cola Brasil de 1985 a 1991.

¹²⁶ Luiz Vicente Goulart Macedo fundou, em 1957, a agência MPM, com Antônio Mafuz e Petrônio Corrêa. Foi presidente da ABP – Associação Brasileira de Propaganda (1969-1971) e da Associação Brasileira das Agências de Publicidade (Abap) (1974-1976). Em 1977, foi membro da Comissão Interassociativa da Publicidade Brasileira, que elaborou o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária, aprovado no III Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1978. Em 1991, a MPM foi vendida para o grupo multinacional Lintas, e Macedo, ao lado dos outros sócios-fundadores, passou a integrar o conselho administrativo da empresa. Oito meses depois, os três deixaram definitivamente a agência.

Avenue, da grande lenda da publicidade americana. A Interpublic seria o maior grupo do mundo, o segundo ou o maior junto com Thompson, Young&Rubican, Leo Burnett. Nesse *ranking*, nesse círculo, Armando Morais Sarmiento, baixinho, falando mal inglês, sem nenhuma sofisticação, nascido em Juiz de Fora, foi ser presidente-executivo, não era honorário nem *board*, nem acionista. Ele era presidente da Interpublic. Armando Morais Sarmiento é um fenômeno, a gente tem muito orgulho do que ele fez. E era muito autoritário também, não poderia ser de outra maneira no começo da publicidade no Brasil. Ele tinha que fumar charuto, usar colete, porque ele era muito novinho e muito baixinho. E ele não era expressivo, não era um sujeito de charme, de inglês brilhante, não era nada disso. Era valor mesmo. Não tinha empulhação com o Sarmiento. Era uma figura muito boa.

L.H. - Deixa eu retornar. Eu quero fazer uma pergunta meio provocação.

E.C. - Toda pergunta para mim é uma provocação à minha cuca [risos].

L.H. - Você estava falando dessa relação muitas vezes tensa...

E.C. - Conflituosa.

L.H. - ...e eventualmente subserviente das agências com relação a seus clientes. Você também foi um homem de veículos. As agências também exercem o seu poder sobre os veículos? O veículo é um refém da agência?

E.C. - Até muito tempo, foi. Os veículos eram mal dirigidos. Eram de grandes jornalistas, idealistas, tirando sempre o dr. Roberto Marinho, que era muito pouco jornalista e grande empresário, grande figura agregadora. Sozinho. Não é família Marinho, dr. Roberto em si é um exemplo diferente. Mas os veículos tinham uma subserviência às agências e aos clientes, em termos de relacionamento, presentes, brindes, pusilanimidade, publicação de matérias maldosas que o cliente pedia contra o concorrente, o veículo arrumava uma maneira de botar isso dentro de uma matéria... A subserviência era econômica, financeira obviamente, era também até da parte editorial. E era uma selva muito, muito complicada porque eles concorriam entre si. Depois, o Octavio Frias, em São Paulo, já era mais empresário. Ele tinha um sócio, acho que tem ainda, na *Folha*, que era o Caldeira, que era praticamente um dono de frota de caminhões de transporte, uma barra pesadíssima.¹²⁷ O Frias, quando assumiu, comprou o controle da *Folha*, eu acho que do Nabantino Ramos, não sei de quem...¹²⁸

E aí, as coisas mudaram, de novo. Uma gratidão muito grande que a gente tem que ter pela Editora Abril. Os Civita realmente limpam isso, a coisa ficou impessoal. Não era o Civita que ia discutir com o anunciante para ver se apanhava uma campanha nem nada disso. Eles tinham um departamento de propaganda, de *marketing*. A Abril complicou por um lado o negócio, mas por outro lado ela também ordenou as coisas. Então, você tem a Thompson, a McCann, a Editora Abril. Correndo sozinho, mas se virando também jornalisticamente, o dr. Roberto, que também usava *O Globo*. Um contato, o vendedor do espaço do *O Globo*, entrava em algum lugar, as coisas não

¹²⁷ Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho assumiram o controle da *Folha de São Paulo* em 1962. Em 1992, Frias passou a ter a totalidade do controle acionário da empresa.

¹²⁸ José Nabantino Ramos vendeu a *Folha de São Paulo* aos empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, em agosto de 1962.

andavam, não andavam, não andavam, terminava em um telefonema do dr. Roberto para essa pessoa. [Imitando:] “Ah, estou aqui muito triste...” Como tinha um telefonema do João Calmon nos Diários Associados ou do Chateaubriand ou do Edmundo Monteiro dos Diários Associados. Não tinha jamais um telefonema do Nascimento Brito. Mas nunca! Ele confundia agência com fábrica de macarrão. Não era com ele. Jamais entrou em uma agência. E as vezes em que eu tentava aproximar o Nascimento Brito dos diretores de mídia, dos diretores de agência, coquetel no *Jornal do Brasil*... À medida que entrava a pessoa, ele cumprimentava, se apresentava e a pessoa às vezes era funcionária dele, trabalhava no andar de baixo do *Jornal do Brasil* e ele falava: “Oh, seja bem-vindo. Eu sou o Nascimento Brito. Que prazer.” O sujeito falava: “Dr. Brito, desculpe, eu trabalho aqui.” Ele confundia agência e tinha um grande mérito: não atropelava, não interferia, não fazia a minha parte.

Mas a maioria entrava nisso porque era a sobrevivência. Para pagar a folha de pagamento, o papel, os jornalistas, era uma luta. Aquele negócio de que nós falamos: 16 jornais diários no Rio de Janeiro, com o mercado dos anos 30, anos 40, tinha que matar a mãe e não entregar. Vendia a mãe e não entregava tranqüilamente. O *Reader's Digest* foi muito bom também, mas o *Reader's Digest* era muito pesado, muito disciplinado, não tinha essa confusão de brigar por centímetro a centímetro, como os jornais brigavam valendo tudo. O *Reader's Digest* também era fora, porque é da mesma escola da Thompson, da McCann, da Editora Abril de alguma maneira. Mas rádio então era impossível. Era impossível!

Os Associados na época usavam também a chantagem de uma maneira deslavada. Se o Chateaubriand queria alguma coisa, acabava saindo uma reportagem negativa contra aquela coisa que ele estava querendo e que não saía. Parte ele usou para fazer o Museu de Arte e parte ele usou para os Associados. A influência do Chateaubriand... Era um ACM nacional, ativo, com influências, com 40 jornais, 50 emissoras, duas, três revistas, no caso, *O Cruzeiro*, *A Cigarra* e aquelas revistas todas, 50 emissoras de televisão, cem emissoras, que era o Grupo Associados.¹²⁹ O Chateaubriand era um peso para valer. Isso tudo repercutiu nos veículos com tanta intensidade quanto nas agências, com o agravante de que a agência não exerce, não tem uma fé pública como o jornal tem, de formar pessoas, de informar, de decidir, de opinar. Então, no caso dos veículos era mais grave. Na televisão menos, porque a televisão não tem colunista, não tem notinhas, não tem palpite, mas a Tupi se virava e fazia suas campanhas deletérias. Principalmente a Tupi. A TV Rio, não. A TV Rio era um bando de cariocas gaiatos, fazendo o que podiam na praia [riso] com mulheres bonitas, Walter Clark e outros. Era diferente. Como a Excelsior também foi diferente. Era mais engraçada, mais alegre. Mas a Tupi, Bandeirantes no começo – até hoje, mas principalmente no começo –, o Vítor Costa na TV Paulista, que depois foi vendida para a Globo em 66. Hoje é Globo, mas era TV Paulista. Vítor Costa era diretor-geral da Rádio Nacional e depois ele se tornou empresário com uma concessão de televisão em São Paulo, que era TV Paulista. O jornal tinha contatos e tinha corretores. Os corretores rachavam a comissão deles com o sujeito que autorizava os anúncios no cliente, principalmente anúncios que a gente chamava de classificados maiores. Os classificados geralmente eram angariados por corretores.

I.S. - Qual é a diferença entre contato e corretor?

¹²⁹ Os Diários Associados foram uma grande empresa jornalística, dirigida por Assis Chateaubriand e composta pelos diversos órgãos de imprensa fundados ou adquiridos pelo jornalista, como *O Jornal*, *O Diário da Noite*, *O Cruzeiro* e *Jornal do Commercio*.

E.C. - O contato era funcionário do jornal e eu era o gerente comercial, o diretor comercial do jornal, me reunia com os contatos e distribuía por área. Cada contato atendia dez agências e era responsável pelo faturamento e para que a agência tivesse um atendimento profissional etc. O contato, comigo pelo menos, fazia relatório de visita, tinha frequência certa de visitas, mantinha um relacionamento pessoal. E, na minha ótica, com anuência da agência, ele podia ir ao cliente direto. Ele chegava na McCann e dizia: “Olha, estou com muita dificuldade, eu queria muito o anúncio da Esso.” Eles falavam: “Mas aqui está difícil...” Aí começavam as pesquisas, GRPs, planejamento, verba. Então, o contato falava: “Se estiver de acordo com você, o Edeson gostaria de visitar o diretor da Esso.” O diretor da Telefônica, ou o que fosse. Isso era negociado. Mas tinha muito atropelo. Não existe mais, mas tinha mídias venais, que levavam uma grana por fora, dos veículos.

I.S. - Mas quem vendia diretamente era o corretor?

E.C. - Não, o corretor ia para os anunciantes que não tinham agência. Valia subúrbio, tinha corretor de anúncios fúnebres junto à Caixa Econômica, tinha corretor para companhias de cinema e teatro, tinha corretor para agências de automóvel. Eles mais ou menos se especializavam na selva. Tinha corretores que cuidavam das agências de automóvel. Não das fábricas, mas das agências, da Cipan, da Mesbla... Não, Mesbla já era diferente. Mas esses que vendem carros usados na Zona Sul, Zona Norte. E aí, vale o subúrbio. O corretor saía pelo subúrbio para convencer a fábrica de sabão Tico-tico, sabão não sei o quê, fábrica de arame farpado, cerca, farinha... As coisas que não estavam organizadas em agências. E era um mundo muito grande, você ia a São Gonçalo, tinha inauguração da oficina mecânica, da padaria. Era um negócio quase de divulgar a publicidade. Eles eram missionários...

I.S. - E eles eram funcionários?

E.C. - Não, não eram funcionários.

I.S. - Eles eram autônomos.

E.C. - Autônomos. Ganhavam 20% sobre o que trouxessem...

I.S. - Do veículo?

E.C. - Do veículo. Eles eram extremamente trabalhadores, dedicados e, acima de tudo, primários. Eram corretores que prometiam o que não sabiam... Algumas exceções, mas a maioria era semi-analfabeta. Eram pessoas que tinham que se virar e iam ser corretores de anúncios.

I.S. - Você está falando no passado. Não tem mais?

E.C. - Não, essa raça está quase extinta. As agências foram se multiplicando e avançando nos clientes regulares, oferecendo serviço, leiaute, palavras em inglês, o nosso jargão: “Vou trazer um *layout*, vou fazer um *copy*...” Então, os corretores são uma raça em extinção. E, influenciavam muito o Sindicato dos Agenciadores e Corretores, sempre com muito da LTB, que tinha os seus vendedores para a lista de classificados.

Esses corretores da LTB fizeram um *lobby* e influenciaram muito. A Lei 4.680, que dava aos corretores, que chamavam agenciadores de propaganda, e aí num *lobby* mais forte da Abap, dos Petrônios, dos Macedos, dos Alex Periscinoto, José Alcântara, Geraldo Alonso, Mauro Salles, estamos falando em 66, por aí, um projeto ainda do deputado federal Almino Afonso, de esquerda, que depois se tornou ministro da Justiça do João Goulart, eu acho.¹³⁰

[FINAL DA FITA 6-A]

E.C. - O deputado Almino Afonso fez uma lei, eu acho que em 1961, um projeto que protegia os corretores, os agenciadores, de uma violência que os veículos cometiam, que era inominável, mas era da época. Era a mesma coisa que botar escravos no pelourinho, era chique, o pessoal ia lá na Bahia, talvez o bisavô do ACM ia lá na Bahia para ver escravo no pelourinho.¹³¹ O que o veículo fazia? O corretor trazia os anúncios, no fim do mês havia o faturamento e os clientes, às vezes também muito precários, em muita dificuldade, atrasavam ou não pagavam as faturas do jornal ou da rádio. Televisão teve muito poucos corretores, mas jornais, rádios, revistas tinham muitos corretores. Quando o cliente não pagava, o jornal, através da contabilidade, da tesouraria, descontava da comissão do corretor. O sujeito trabalhava 14 horas por dia no subúrbio, trazia os anúncios e um cliente não pagava *x* mil reais, cruzeiros ou patacas e era descontado do corretor. Mais ou menos como o frentista que recebia cheques em um posto de gasolina e o cheque sem fundos era dado a ele como salário no fim do mês. Chegava no fim do mês, falava: “Você ganhou trezentos reais; tem aqui 212 reais de cheque sem fundos, você tente cobrar.” Era assim que era.

A Lei Almino Afonso, de 61, seria para acabar com isso e também regulamentar outras coisas. Essa lei já teve um começo de lei no tempo do DIP, que queria registrar as agências como veículos para que o governo, então ditadura, tivesse um controle das coisas. Com o *lobby* das grandes agências, que eram aquelas seis irmãs: MPM, DPZ, Salles, Alcântara, Norton e Denison – loucura a minha memória, não? Até eu fico espantado. Essas seis agências eram as seis irmãs, que era Orivaldo Vargas pela Denison, Geraldo Alonso pela Norton, Mauro Salles pela Salles, José Alcântara pela Alcântara Machado, Roberto Duailibi pela DPZ, e era assim que funcionava. Petrônio Corrêa pela MPM, que era o sócio que ficava em São Paulo. Eles pressionaram tanto o governo que saiu a Lei 4.680, já com o Castelo Branco, assinada pelo Peracchi

¹³⁰ Almino Afonso, natural do Amazonas, transferiu-se para São Paulo em 1949, onde exerceu atividades profissionais e políticas. No pleito de 1958, candidatou-se a deputado federal por seu estado natal assumindo o mandato em 1959. De janeiro a junho de 1963 foi ministro do Trabalho no governo presidencialista de João Goulart. Reassumiu o mandato de deputado federal, que, contudo, perdeu no ano seguinte, pois seu nome constava da primeira lista de cassações divulgada após o Ato Institucional nº 1 (9/4/1964), primeiro de uma série que seria implementada pelo regime militar. Após 10 anos de exílio, Almino Afonso retornou ao Brasil, exercendo novo mandato de deputado federal de 1995 a 1999, desta vez por São Paulo. As normas-padrão para prestação de serviços pelas agências de propaganda aprovadas pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, em 1957, foram incorporadas à Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que representou o início do processo de regulamentação do campo da propaganda.

¹³¹ ACM: Antônio Carlos Magalhães (1927), deputado federal (1959-1967 e 1970-1971) e governador da Bahia (1971-1975 e 1979-1983); ministro das Comunicações (1985-1990) e novamente governador de seu estado (1991-1995); senador pela Bahia desde 1995.

Barcelos, ex-coronel do Exército e ministro do Trabalho, Indústria e Comércio.¹³² Essa lei é discutida até hoje. Ela morreu de morte morrida em 97, eu acho.

Essa lei possibilitou a essa irmandade boicotar as agências americanas em concorrências do governo. Por uma entrelinha da lei, um escaninho da lei, obrigou as agências por lei, por normas-padrão, a cobrar 20% dos clientes. Começou-se a cobrar por fora, as americanas não concordavam, cobravam 20%, mas como era inaceitável para o americano, que cobrava 15% – a lei americana era 15%... A praxe americana, americano não tem lei, tem praxes aceitas e vigorantes, então os americanos pagavam 15%, que saíam dos veículos. Os veículos davam 15% de comissão às agências de propaganda. No Brasil, brigando por 20%, os americanos fizeram uma conta de você botar 20% em cima dos 15% – eu saí da escola por causa de aritmética, não foi nem matemática –, mas dava 17,65%. Era o que as agências americanas cobravam. Os americanos, especificamente Thompson e McCann, e depois as outras, passaram a cobrar, para cumprir a lei, 20%, e davam por baixo do pano o correspondente em pesquisas e outros serviços para cobrir [a diferença] dos 17,65%, porque os clientes das agências americanas eram, na maioria, grandes empresas americanas que tinham contratos mundiais com Detroit e com Chicago. Então, ficava complicado para a Cera Johnson mandar uma fatura para lá, da Thompson daqui, de 20%, quando o contrato mundial era de 15% e no Brasil, 17,65%. Seguraram isso, daí a minha dificuldade na ABP, porque eu era contra essa lei. Eu era a favor de a lei proteger, não descontar, o ganho dos corretores, eu acho que é sagrado; era um problema do jornal que aceitou e publicou o anúncio, que cobrasse juridicamente do anunciante, e não simples e comodamente descontar do corretor, o que era uma violência, além de uma coisa desumana.

L.H. - E essa lei abarcava tudo isso?

E.C. - Tudo isso. Essa lei tem livros...

I.S. - Essa lei do Almino Afonso.

E.C. - Começou com o Almino Afonso e terminou assinada, já na ditadura, mas com deputados discutindo... Armando D’Almeida tem uma grande influência na lei, o Mauro Salles, toda a Abap.¹³³ A Abap cresceu com essa lei, que a Abap era uma cópia, inspirada na *Four As*, que era *American Association of Advertising Agencies*, a grande associação patronal das agências americanas de publicidade. Uma coisa que vem do começo do século, a *Four As*, que é os Quatro As. Aqui no Brasil fizeram a Abap, mas fizeram mais exclusivamente na parte negocial, do *business* do negócio. Ao que me consta, nunca a Abap tentou fazer alguma coisa para o treinamento, para a profissão, para a criação. Ela é uma associação dos proprietários de agência, então ela é legítima nisso e legítima para conversar sobre legislação, remuneração, o governo. Não há nenhuma ilegitimidade. A ilegitimidade foi depois do uso da lei, porque essas agências brasileiras – nem todas, nem o tempo todo – diziam para as americanas: “Como não quer pagar 20%? Quer desobedecer uma lei do governo militar, do Castelo Branco, do Peracchi Barcelos, ministro?” E aí tinha Oto Gil como advogado da Abap. E esse que é

¹³² Válder Peracchi Barcelos (1907-1986) foi membro da Brigada Militar do Rio Grande Sul, deputado federal (1963-1965 e 1966-1967), ministro do Trabalho (1965-1966) e governador do Rio Grande do Sul (1967-1971).

¹³³ A Associação Brasileira das Agências de Propaganda (Abap) foi fundada em 1º de agosto de 1949. A partir de 1998, passou a chamar-se Associação Brasileira das Agências de Publicidade.

amigo do Sarney, foi ministro da Justiça, de São Paulo, advogado famoso, meu Deus do céu, daqui a pouco lembro o nome dele, que era também advogado da Abap, para andar com esse negócio da lei. Porque a lei incorporou uma coisa muito bonita que eram as normas-padrão de agências de propaganda e o Código de Ética, aprovados no Congresso de 1957 .

L.H. - O primeiro congresso.

E.C. - O primeiro. Eu diria primeiro e último, porque o segundo já foi um pastiche. Daí para frente, eu e uma meia dúzia de infelizes e abnegados não conseguimos fazer nenhum congresso mais.

L.H. - E o terceiro, de 78?

E.C. - Deve ter sido... É tudo patacoada, tinha um coquetel...

L.H. - O de 78 foi onde, se não me engano, essas decisões do primeiro congresso foram...

E.C. - Homologadas pelo Congresso. Mas era tudo de carta marcada, todo mundo trabalhava em agência, os donos das agências eram essa meia dúzia de pessoas, de profissionais respeitados e notórios. Não andou nada. Eu estou falando assim de uma maneira muito singela. Não andou nada disso. Mandavam as agências, a lei entrou e vigorou enquanto se quis. O que aconteceu depois foi que a maioria dessas seis agências hoje são grupos americanos. A Norton se chama Publicis Salles Norton, não sei o quê... Que vem da Leo Burnett, da D'Arcy Masius Benton & Bowles, que fizeram a confusão. Tem a Salles que não é Salles, então o sr. Mauro Salles não vai lá no governo falar sobre lei, o Geraldo Alonso virou Publicis, a Alcântara Machado virou BBDO e outras agências. DPZ não virou nada: ainda é uma agência 100% brasileira, está agora em negociações com a velha Dentsu do Japão, que também eu acho que é meio já associada a outras coisas, através da Toyota ou da Sony.¹³⁴ Isso é recente e eu não estou informado bem. A Denison, *caput*, desapareceu. E, com isso, desapareceu a lei. E a lei foi uma coisa interpretada não erroneamente, mas interpretada ao bel *plaisir*, como diria [riso] o nosso Armando Strozenberg. E essa lei então foi muito boa para disciplinar um monte de coisas, foi desastrosa a maneira com que ela foi usada pelas agências brasileiras, alijando as agências americanas de concorrências, alegando – chegava a ponto de alegar – assuntos estratégicos e de interesse nacional. Seria o caso de fazer uma campanha dos Correios ou do Banco do Brasil pela McCann-Erickson. Isso era inaceitável porque tinha ali... Imaginem, fazer anúncio, que é o ato de tornar as coisas públicas, [riso] que é publicar um anúncio, como podia discutir um *briefing* do Correio com uma multinacional? E os interesses nacionalistas? E a revolução? Foi calhordamente usada.

I.S. - Então, essa era uma lei que defendia as agências nacionais? Essa era uma lei que, em princípio, permitia proteger as agências nacionais contra as americanas?

¹³⁴ Em 2004, a DPZ e a agência japonesa Dentsu formaram uma *joint venture* dando continuidade à relação estabelecida entre as duas por conta de anunciantes como Ajinomoto e Toyota.

E.C. - Não era essa a intenção. Queria proteger os corretores talvez, queria formalizar, com um diploma legal, as normas-padrão que foram aprovadas no primeiro congresso em 57: como a agência se remunerava, como ela agia perante a concorrência, perante os veículos, perante os clientes, perante os funcionários, perante direitos autorais de criação, de respeito às regras básicas do negócio. Além das normas-padrão, tinha o Código de Ética. Esse Código de Ética e as normas-padrão resultaram possivelmente no Conar, de auto-regulamentação.

L.H. - Que foi decidido nesse congresso de 78.

E.C. - Que foi decidido nesse congresso, mas foi decidido assim: “Aqui estão as normas-padrão, quem está de acordo, senta.” As normas-padrão foram um grande trabalho do Caio Domingues e de outras pessoas na própria Abap. Eu contribuí muito pouco, mas eu contribuía muito via Caio Domingues. O Caio era muito carinhoso, falava: “Bichinho, vem aqui em casa, vamos ver o que você pensa disso.” Ele anotava com uma letrinha bonita... O Caio era uma figura excepcional, então eu contribuí para o Conar através do Caio Domingues de maneira formal, vamos dizer assim. E espernei o que pude em todas as áreas, mas as normas-padrão e aquele outro documento, o Código de Ética, foram incorporados na lei. Mais um pouco de cansaço da picaretagem, da falta de sucesso, porque não leva a nada a picaretagem, a mágica rápida não leva a nada... Alguns picaretas foram morrendo [riso] por decurso de prazo, perderam a validade, foram ficando cansados, morreram, tiveram enfarte, ficaram ricos, foram para casa, se regeneraram e ficaram bonzinhos.

Eu não sei porque isso é um estudo em que entra um pouco de sociologia, um pouco de comportamento humano, um pouco de psicologia, mas as coisas melhoraram muito. Eu tive pouquíssimos problemas já na segunda parte da minha vida, com os problemas éticos, pela minha formação e pelo andar da carruagem. Ninguém mais estava pedindo dinheiro por fora na DPZ em 1995. Esse problema não existe mais. Existem ainda influências, *lobbies*, pressões, todas praticamente legítimas. Você quer uma conta, você se torna amigo da empresa que tem a conta. Você não pode se tornar inimigo nem desconhecido, então você convida para um jantar, manda uma publicação sua, você se faz presente por competência, por sedução, por charme, mas não por dinheiro por fora. Teve uma agência que ganhou uma conta do governo importante aqui no Rio de Janeiro, [riso] em uma concorrência legítima, boa, depois houve um almoço de confraternização entre o dono da agência e o cliente, [riso] ele tentou falar em dinheiro e o sujeito falou: “Ô, fulano, pelo amor de Deus, não conspurca a sua vitória. Você ganhou legitimamente, não fala em dinheiro. Você já ganhou.” Quer dizer, era assim. O lado governo, incrível, era extremamente sério e honesto e o lado agência querendo subornar uma coisa que ele já tinha ganhado no campo. É muito grande o anedotário sobre corrupção, mas ele não é histórico e é uma parte negra... Eu acredito que haja corrupção na Rússia, na Letônia, no Japão, não tanto quanto no México, Paraguai, [riso] mas é da índole.

I.S. - Essa lei e esse Código de Ética, essa lei que começa lá atrás, no Almino Afonso, é a mesma que depois vai derivar na chamada Lei Lindoso e na Lei Camata?

E.C. - Não, não.

I.S. - Porque essas são de 78. São outras?

E.C. - Eu posso ver alguma literatura que tem, se vocês não tiverem. Depois eu diria que livros...

L.H. - A gente até tem, sim...

E.C. - Eu imagino que vocês tenham.

L.H. - ...aquele caderninho da legislação que não está, deve estar com a Verena.

E.C. - É, aquilo explica alguma coisa. Esse caderninho é da Abap.

L.H. - Tem um caderninho que até o Mozart trouxe.

E.C. - O Mozart foi da Abap e teve também participação nessas coisas.

L.H. - Em 68, você entrou na Standard e ficou três anos. Nesse mesmo ano, estava se formando a DPZ – Roberto Duailibi, Francesc Petit, José Zaragoza e Ronald Persichetti. Como a DPZ foi muito importante também na sua trajetória, não sei se você queria falar um pouco desse momento.

E.C. - Bastante. Bastante não, não posso falar bastante, mas eu fui cassado. Eu me casei também. O que aconteceu? A Metro 3 resolveu ser agência. O Duailibi era vice-presidente e diretor de criação da Standard Propaganda. Ele tinha vindo da Thompson e, antes disso, acho que ele foi da McCann-Erickson e também da CIN, que era uma agência do Vilmar.¹³⁵ Bom, o que aconteceu? O Roberto saiu, convidado pelo Petit e o Zaragoza. O Ronald Persichetti é um caso à parte. Porque a Metro 3 eram três. Por que se chamava Metro 3, eu nunca soube, mas eram três catalães. O terceiro era um outro espanhol que voltou, daqui a pouco eu lembro o nome dele, também não foi importante. Eram o Petit e o Zaragoza e esse rapaz, esse espanhol, os três espanhóis. E o Ronald, que também era produtor gráfico, foi trabalhar com eles. Acho que ele era da Thompson ou da McCann e foi para lá. A Metro 3 era uma coisa alegre, talentosa, descontraída, de diretores de arte criativos e extremamente talentosos e trabalhadores... Mas bota trabalhador nisso! Eles trabalharem 48 horas sem comer, sem nada, era normal isso, pela paixão, pela sanha, pela vontade de fazer coisas criativas. E mostrar à Thompson, à McCann, onde eles tinham sido diretores de criação não muito importantes.

Petit começou com 16 anos de idade, filho de metalúrgicos espanhóis emigrados, expelidos pelo Franco na Espanha. O Petit veio para cá, o pai dele acho que logo depois morreu, então ele tinha uma mãe para sustentar e, aos 16 anos, ganhou o concurso da Varig com um desenho: aquele tucano com uma vara de pescar e uma camisa de carioca, um tucano que virou um pôster quase da Varig no mundo inteiro. E, com esse prêmio, o Petit deslanchou. E, embora eu ache que o Zaragoza tenha trabalhado na marinha mercante na Espanha, qualquer negócio desses, ele já era mais sólido na Metro 3. O Zaragoza é mais velho e mais sólido do que o Petit, que era meio espiroqueta nessa época. Mas também, 18, 20, 22 anos. O Roberto saiu da Standard para fundar a DPZ, na época tinha muitas siglas, como era a DDB, Doyle, Dane & Bernbach... A DPZ foi fundada sob a inspiração do Bernbach. Nessa época, vinha muito o Bert Steinhauser, o

¹³⁵ A Companhia de Incremento de Negócios (CIN) foi fundada por Samuel Vilmar, Rankin Roberts IV e Luiz Carlos Vilmar, em 1954. A agência foi vendida à americana Leo Burnett em 1973.

Bob Levinson, que eram as grandes figuras... O Bernbach já tinha ou morrido ou ficado muito rico, então esses luminares vinham ao Brasil para palestras, para essas coisas...

L.H. - Luminares norte-americanos?

E.C. - Norte-americanos. Especificamente Bert Steinhauser, Bob Levinson e uma série de outros...

I.S. - Como era o nome da agência dele?

E.C. - Doyle, Dane & Bernbach. Hoje controla o Nizan, a DM9. DM9/DDB. E também a Doyle, Dane já não é mais Doyle, Dane. Aí entra essa sopa de letras que eu não consigo mais acompanhar.

Mas o Duailibi foi para lá e fizeram a DPZ. A DPZ teve no começo um sujeito chamado Nei Lima Figueiredo, que hoje é cientista político. Ele é irmão de Eurico Figueiredo.¹³⁶ Ele é um advogado que estava organizando a DPZ, faturamento, a parte legal... Porque os espanhóis não tinham nenhuma noção, mas nem de alvará, nem de folha de pagamentos. Eles queriam fazer anúncios e se davam por satisfeitos assim. Então, a Metro 3 era um caos. Era muito complicado. Esse Nei Lima Figueiredo apareceu, caiu do céu para disciplinar e organizar os dois espanholitos, catalães. O catalão não quer ser espanhol. Então, o que aconteceu foi que o Nei Lima Figueiredo foi uma figura importante – mas não sócio –, foi quem estruturou a DPZ e quem praticamente fez a parte acionária.

Nessa época, os grandes redatores e os diretores de arte das agências tinham uma terceira gaveta embaixo de sua mesa, que era de *freelances*. O *freelance* era uma instituição nacional em propaganda. O sujeito vivia com o salário dele e fazia *freelance* para anunciantes diretos, às vezes outros clientes, para alguma concorrência; às vezes anonimamente, às vezes abertamente. A Metro 3 usava o Roberto Duailibi para fazer coisa até para a Ford. O Roberto era o diretor de criação da Standard. Isso não era nem desleal nem roubo nem nada. O patrão sabia do *freelance*, que era feito de noite, era um *nightner*, e complementava o salário dele. No caso, o Roberto fazia *freelances* para o Petit e Zaragoza, na Metro 3. Quando a Metro 3 tinha problemas com a Pirelli - eram clientes deles mais para catálogos, folhetos -, a parte sofisticada da Pirelli, da Fotótica. A Metro 3 não tinha veiculação. Ela não veiculava, era só um estúdio, um grande estúdio. E seria depois o que se chamaria nos Estados Unidos de butiques de criação, que forneciam criação. Essas butiques viraram agências, muitas delas, e no caso aqui, a Metro 3. Mas é uma história única no Brasil. O Roberto deixou a Standard... Essa agência começou a ser feita rigorosamente na minha casa, quando eu ainda estava na Ford, depois na Standard. O Petit e Zaragoza queriam fazer uma agência e me convidaram. Eles eram espanhóis com sotaque e dedicados à criação e queriam uma pessoa de frente, que, no caso, foi o Roberto, para compor uma sociedade. Os dois espanhóis discutiam tanto lá em casa, em uma lareira, que eles acabaram com parte da floresta atlântica, de queimar madeira, caminhos e caminhos de madeira.

L.H. - Essa casa ficava onde? Lá em cima, em Araras?

¹³⁶ Nei de Lima Figueiredo é autor de livros sobre *marketing* político e seu irmão, Eurico de Lima Figueiredo, é cientista político.

E.C. - Eu morava numa casa com um projeto do Warchavchik em São Paulo. Eu era diretor-geral de uma agência, era diretor da Ford e aluguei uma casa no Jardim América, que é quase em frente à DPZ hoje. Depois, o Warchavchik fez várias casas ali. Era um primor de casa.

L.H. – Lembra qual é a rua?

E.C. - Claro. Era avenida Cidade Jardim, onde é a DPZ hoje. Essa avenida Cidade Jardim começava logo depois, era uma continuação da Augusta. Ela virava não sei o quê e depois virava avenida Cidade Jardim, que atravessava a ponte e começava no Morumbi. Essa avenida tinha casas muito boas, muito inteligentes, feitas pelo Warchavchik talvez nos anos 30.

I.S. - Ele fez um conjunto.

E.C. - Fez um conjunto, sete ou oito casas, onde morava a filha dele, o filho dele e outros. Ali morava um pessoal muito legal. Iam o Petit e Zaragoza para lá, conversar comigo sobre como fazer uma agência. Minha primeira mulher ficava com um olho desse tamanho, olhando o que eles discutiam, o que nós três discutíamos. Aí, eu cheguei à conclusão de que aquilo não levantaria vôo em hipótese nenhuma. Três sócios, dois sócios discutindo à catalã, era impossível fazer uma agência. Eu avisei a eles: “Desculpem, eu não vou participar. Estou começando na Standard, estou muito bem na Standard...” Tinha dois meses, um mês, na Standard. Meu irmão Nelson Coelho já era amigo do Petit, de quem ele é padrinho de casamento, do Petit com a Inês, ele já era ligado ao Petit demais, o Petit freqüentava a casa do meu irmão, o meu irmão freqüentava a casa do Petit, e aí incluímos o Zaragoza também... Nós éramos amigos de noite, de casa, de prazer de estar juntos.

Eu era muito amigo também do Roberto, já da Thompson. Roberto casou-se, a Silvia Duailibi era secretária do Roberto na Thompson. Era um grupo muito grande, muito bom, com Fenit, com Rhodia... O Roberto é que cuidava da parte criativa da Rhodia. Ele era o homem de confiança do Lívio Rangam, que tinha pelo Roberto uma paixão muito grande. O Roberto também é muito sedutor, tem uma cultura incrível. Não é só de comunicação; de sociologia, de tudo. O Roberto é um sujeito interessado no mundo. Ele lê muito, é muito disciplinado na leitura. O Roberto dava ao Lívio Rangam um peso mais intelectual nos desfiles, nas músicas.

Eu teria quase certeza de que eu não teria feito a DPZ que o Roberto, o Petit e o Zaragoza fizeram. Primeiro, por uma tremenda caradura de amor ao que faz, eles tinham orgulho do produto da DPZ. Pegar um leiaute era pegar um original do Picasso ou do Rembrandt. Mexer em um texto do Roberto era uma indignidade, uma agressão, seria você retocar a Constituição americana. O Roberto não admitia isso. Eles se tornaram intocáveis, se tornaram uma legenda merecidamente. Uma coisa é importante: a lealdade entre os três. Passaram anos sem o Petit se dar com o Roberto, sem o Roberto falar com o Zaragoza, sem o Zaragoza cumprimentar o Petit dentro do mesmo prédio, da mesma agência até hoje. De 68 para cá são 36 anos. As mulheres não se dão; depois as mulheres se dão, os maridos não se dão. Não entra um no andar do outro, não falam... Chegam ao máximo, sem trambique de dinheiro, sem deslealdade, tirar o tapete. É um fenômeno. Está aí a DPZ. É um fenômeno.

I.S. - E são os três criadores? Os três são redatores?

E.C. - Hoje, o Roberto não é mais. Mas o Roberto era o redator e o *master* que olhava a criação no sentido do enfoque, do planejamento, do *positioning*. E os outros dois espanhóis, da cozinha, pela madrugada, fazendo a comida. O Roberto era o *maitre* do restaurante, aquele que vai ao Olavo Setúbal e diz: “Dr. Olavo, como o senhor está hoje? Brilhante.” Dr. Olavo falava: “Não, Roberto, brilhante é você.” E andava assim, mas sem muita sabujice. O Roberto sempre foi intelectualmente muito capaz, muito sadio, muito competente, muito informado. Zaragoza e Petit, muito sofisticados no gosto. A casa do Zaragoza é um museu de arte, de *design* e de bom gosto. A casa do Petit – seja um apartamento de quarto e sala, ou a casa que ele tem perto de Barcelona – é um museu, de gosto, de tudo deles. Qualquer coisa deles: um desenho do Petit ou do Zaragoza tem um bom gosto inato, sendo o Zaragoza de família muito pobre e o Petit de ferreiro, metalúrgico. É talento, muita dedicação e muita audácia. Muita audácia e muito trabalho. E outra coisa: não trambicam salário, funcionário, veículo, pagamento. E não trambicam por dois motivos: por formação deles, por não querer fazer isso, e por não interferirem nisso. Eu fiquei 17 anos, não sei quanto, na DPZ e nem o Petit, nem o Roberto, nem o Zaragoza sabiam o meu salário, as minhas condições.

[FINAL DA FITA 6-B]

E.C. - Ele pensa que é o gato mestre, que sabe das coisas, mas não sabe nada. Mas ele é o que olha o negócio. Quando ele pede o faturamento, chama a Price Waterhouse.¹³⁷ Ele olha o todo do negócio muito bem e mantém um relacionamento com os clientes de uma maneira respeitosa até demais, por ele ser o Roberto. Pela contribuição que ele tem à publicidade, Roberto tem um respeito muito grande pelos clientes. E o Petit e o Zaragoza não têm nenhuma noção e nunca tiveram. Isso deu a eles a possibilidade de contratar administradores, especificamente o José Antenor Negrini, uma figura difícilíssima, complicada, um dos homens mais fechados que eu vi na minha vida, mas talvez um dos mais brilhantes em dinheiro, finanças, com uma posição de extrema lealdade aos três. Era quem distribuía lucros, dinheiro, vale, compras, participação... O Zaragoza quer comprar um apartamento novo. Vai ao Negrini e o Negrini diz: “Não podemos.” “Podemos.” O Negrini ficava entre os três em dinheiro e tudo isso. Mas ele já se aposentou na DPZ.

I.S. - Ele ficou lá até se aposentar?

E.C. - Até 2000, vamos dizer, até fim de 2000. O pai do Negrini era superintendente da Chocolates Lacta, que era do Ademar de Barros. E o pai do Negrini foi uma figura importante como diretor da Lacta nos tempos gloriosos da Lacta, que lançava Diamante Negro, Sonho de Valsa. Tudo isso tinha um pouco do pai do Negrini porque o Ademar de Barros não ia cuidar da Lacta nem morto, muito menos o filho do Ademar de Barros. Tinha mais o que fazer do que mexer em chocolate.

L.H. - Você não saiu direto da Standard. Você foi para o *Correio da Manhã* rapidamente e depois para a Lab.

E.C. - Tem uma omissão que é importante. Na Standard tem o primeiro fato, mais importante: eu participei direta e indiretamente da compra da Standard pela Ogilvy. Estive com o David Ogilvy ao vivo, que era uma catedral da publicidade mundial,

¹³⁷ PricewaterhouseCoopers.

depois daquele livro dele *Confissões de um homem de propaganda* e a trajetória do Ogilvy no mundo.¹³⁸ O Cícero Leuenroth não sabia, mas ele já era um pouco doente pela maneira que ele vivia. Você falava: “Ele vai ter um enfarte, vai morrer.” Ele tinha o exagero na emoção. Era esse tipo de pessoa de que você fala assim: “É agora, ele vai morrer.” Ficava vermelho, apoplético. E o Cícero morreu logo depois da venda. Ele morreu em Los Angeles, visitando a filha. Uma das filhas dele, Olívia, uma figura fabulosa, é casada com o Francis Hime.

A venda da Standard interessava mais aos grupos multinacionais que namoravam o Brasil desde os anos 40, mas, a rigor, vinham e desapareciam, vinham e desapareciam. Quem emplacou no Brasil mesmo foram McCann-Erickson, Thompson e a Lintas, à maneira dela, sendo uma *house* da Unilever. As agências começaram a tentar olhar para o Brasil como um grande mercado para expansão. E o Cícero, freqüentando os Estados Unidos, conhecia pessoas lá. O Cícero ia aos Estados Unidos para visitar a Helena Rubinstein, a empresa, ia aos Estados Unidos para participar de congressos mundiais, ele era um sujeito muito dotado de *show off*, de *showmanship*. Em uma dessas, acho que ele conheceu o Edney ou um outro de que eu não me lembro o nome agora, que era a pessoa internacional da Young & Rubicam. Young & Rubicam era a grande escola... Eu acho que o Young era o grande teórico da propaganda no começo do século... Os grandes donos de agência nos Estados Unidos, tem muitos que desapareceram no começo do século e continuam. Leo Burnett, Ted Bates, McCann-Erickson, J. Walter Thompson, Rubicam, não me lembro do primeiro nome dele, o Young eu acho que era James Young.¹³⁹ Eles deixaram muitos livros, muitas coisas, mas eles foram sendo entronados e desaparecendo. O contrário do Roberto Marinho, [riso] que morreu sentado na posição dele, perguntando quanto faturou no mês passado. O que aconteceu foi que o Cícero começou negociações com a Young & Rubicam e precisava de alguém fazer a apresentação. E lá fui eu para fazer uma apresentação da Standard em Nova York para o pessoal da Young & Rubicam.

L.H. - A Ogilvy, o que tinha a ver?

E.C. - Nada a ver. Nem sabia. Eram negociações supostamente secretas, porque senão a Shell ficava sabendo que a Standard estava negociando e essa outra agência cuidaria da Texaco, da Mobil Oil... Era um segredo perigoso porque podia custar uma conta de 30 anos em uma agência por uma insensatez, ou por um negócio que não se realizou. Como você sair para namorar alguém, sua mulher desconfia, você perde aquela mulher, a outra não era bem aquilo e você fica no ar. Isso é um exemplo machista e grosseiro, mas é por aí. Eu peço desculpas. [Risos.]

Eu fui para essas apresentações e depois eles vieram ao Brasil. Obviamente eles estavam conversando também com a Denison, teve jantares ridículos que eu inventei, um restaurante em Santo Amaro para jantar com o presidente da Young & Rubicam e com o presidente internacional, o [Edney?], que era uma lenda nos Estados Unidos, homem bonito... Eu tenho mania de falar homem bonito, mas esse era muito bonito. [Riso.] Então, eu falei com eles aquele negócio de espião de Pantera Cor-de-Rosa: “Não posso falar agora, vamos nos encontrar em um restaurante que só eu conheço, em Santo

¹³⁸ David Ogilvy (1911-1999), publicitário norte-americano, fundou, em 1948, a Ogilvy & Mather, em Nova Iorque. A agência tornou-se uma das maiores e mais respeitadas no mundo. A Ogilvy chegou ao Brasil em 1969, quando se associou à Standard de Cícero Leuenroth.

¹³⁹ A McCann-Erickson foi resultado de fusão entre as agências de Harrison King McCann e Albert Erickson. A JWT é de John Walter Thompson. Os fundadores da Young and Rubicam são John Orr Young e Raymond Rubicam.

Amaro. Meu motorista apanha vocês no Hotel Jaraguá, o motorista vai com um papel...” Tudo tinha código. Lá foram eles para esse restaurante, eu fui também, em Santo Amaro, você vira uma rua, três ruas à esquerda, restaurante escuro que tem uma senhora que faz comida brasileira, daqui a pouco lembro o nome do restaurante. Restaurante vazio à noite, 7h da noite em São Paulo, um dia de semana. Quem estava jantando lá? Dois diretores da Denison, que também estavam negociando com a Young & Rubicam. [Risos.] Ficou aquele negócio, olhar para o lado... Ninguém esconde nada de ninguém nesse meio, mas eu não precisava ir jantar lá nesse lugar, nessa noite. Não tinha ninguém, só tinha eles e eu jantando.

Não tem americano bobo. Ninguém vai dizer: “O Bush é bobo, idiota.” O Bush é eleito pelos republicanos com x milhões de votos e chegou até lá; bobo, não é. Então, não tem americano bobo comprando agência, botando milhões de dólares e não olhando... Price Waterhouse checando as coisas, conversando com clientes. Entrou nessa fase e a Young & Rubicam descobriu... Eu fiz a apresentação técnica, pessoal, clientes, portfólio criativo, filmes, rolo de filmes, anúncios geniais, Rhodia, expliquei quais eram os clientes, dei o *ranking* desses clientes no Brasil, dei um retrato do pessoal de criação etc. A Standard, entre outras coisas, tinha sete filiais no Brasil: Rio, São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte, Brasília, Bahia, Fortaleza, Recife... Em um dia só, eles me elegeram *chairman*, presidente ou diretor-geral da Standard em São Paulo, onde as filiais se reuniam. Era o mais perfeito saco de gatos do mundo porque o Cícero não estava interessado e tinha um sátrapa ou um vice-governador, não sei como os romanos chamavam, era sátrapa mesmo, ou um cônsul. Uma vez por ano, tinha uma reunião que terminava etilicamente alta. Nas reuniões em São Paulo, o Cícero resolveu, como todo homem importante, ele queria que a Standard tivesse um conselho e esse conselho administrativo dirigiria a Standard; ele queria ver o balanço no fim do ano e um relatório. Queria coisa nenhuma, mas ele queria ser empresa americana. Ele seria o Ogilvy, que não ia discutir faturamento nem nada. E eu, por ser diretor em São Paulo ou por outros fatores quaisquer, fui eleito diretor-geral da Standard Brasil. Houve todas as ciúmeiras, todas as coisas, tiraram o tapete, não tiraram o tapete, era um saco de gatos de sete diretores, cada um de um local. Para vocês terem noção, o diretor em Porto Alegre era o Faveco, Flávio Corrêa.¹⁴⁰ Depois foi presidente da Standard Ogilvy no Brasil.

O que aconteceu? Era um saco de gatos tamanho que, na primeira reunião que se fez do conselho aqui no Rio, [riso] acabou o conselho administrativo, eu fui destituído porque eu entrei no maior pecado que você entra com o dono de uma agência dessas: o orçamento, quanto custava a matriz, quanto custavam em despesas o Cícero, a família do Cícero. Eu não podia assumir uma responsabilidade daquelas sem saber para onde ia o dinheiro, contabilidade, faturamento. O Cícero falou: “Esta empresa ainda é minha e está desfeito.” Ele me chamava também de Crazy Rabbit, e falou: “O Crazy Rabbit está destituído, acabou o conselho.”

I.S. - E a Young?

E.C. - Continuamos as negociações com a Young e coube a mim apresentar, fazer essas coisas todas. Quando a Young me chamou à parte e disse: “Edeson, a realidade empresarial é muito diferente do que nós pensávamos como um bom negócio. Nós mantemos o interesse, mas em vez de x milhões de dólares, estamos oferecendo esse dinheiro, que é praticamente simbólico, porque nós vamos sanear as dívidas com os

¹⁴⁰ Flávio Antonio Corrêa, também conhecido como Faveco.

veículos, os problemas trabalhistas se amontoando ao longo de 30 anos, os quadros de Di Cavalcanti e de Portinari, que estão lá na parede, pertencem ao Cícero e à família dele e não à Standard...” Aí, começa aquele negócio do americano auditor, o americano *controlling*, que entra e diz: “Espera aí, dr. fulano, o senhor tem sete carros...” “Não, os carros são da empresa, mas são *leasing*.” Começou a dura realidade.

Pouco antes, o Cícero estava marcando um banquete para comemorar o negócio, em um apartamento fabuloso que ele tinha no Morro da Viúva, com as tais baixelas, cristais, louças da Companhia das Índias. O Cícero era uma figura de extremo bom gosto também, muita grandeza, ele e d. Elzinha, a mulher dele. Então, o Cícero marcou um jantar que era taça de champanhe. De convidado de fora, acho que só tinha o Walter Moreira Sales. O Cícero era muito amigo do Walter Moreira Sales, uma amizade até legal, boa, sem maiores interesses dos dois lados. O Walter era um *gentleman*, um cavalheiro. Então, tinha esse jantar formal, que seria de uma coisa não assinada, mas seria um oba-oba, seria uma *letter of intentions*, uma carta de intenções. O Cícero queria caracterizar aquilo como: “Estamos em *business*, somos sócios.” A rigor, era uma compra total...

Eles me chamaram, acho que no dia do banquete ou no dia anterior, e falaram: “Não é bem assim, não é x milhões que nós vamos pagar. Nós vamos sanear as dívidas, fazer um plano de investimentos, temos que mudar esse escritório que é de muito luxo, por isso, aquilo, e você fale isso com o Cícero porque nós estamos muito constrangidos em ir a esse jantar.” Lá vim eu para o jantar, meia hora antes, para falar com o Cícero porque isso eles me falaram ao meio-dia, em São Paulo, e nós íamos tomar o avião, chegar aqui. Eu fui um pouco antes para a casa do Cícero e tive a missão de dizer ao Cícero que o jantar existia, mas o negócio era naquelas bases. O Cícero manteve o jantar, mas já não havia mais cara para esse jantar e logo depois o negócio furou. E o Cícero, muito, mas muito sagaz, muito prático, falou: “Edeson, você tem aquela apresentação toda? Troca, tira o nome da Young & Rubicam. Eu telefonei para o Ogilvy e nós vamos fazer uma apresentação para a Ogilvy.” [Riso.] Lá vai o Edeson Coelho fazer uma apresentação para a Ogilvy. Seria assim quando você faz um vestido de noiva e não se casa, você fala: “Espera, também não vamos rasgar o vestido, não. Encurta o vestido aqui e ali e vamos marcar um casamento com não sei quem.” E lá fui eu para a Ogilvy.

Tem um fato interessante que eu queria dar para vocês anotarem, eu não posso falar sobre isso porque é muito longo: na apresentação para a Young & Rubicam, eu fiz um glossário para um americano viver bem no Brasil, um glossário só de termos técnicos, de palavras. Esse glossário me rendeu muito ibope, muita gaiatice, muito aborrecimento, e o Caio publicou esse glossário na revista *Propaganda*, em 73. O glossário era ridículo. Tinha a palavra em inglês e a palavra em português para que um profissional pudesse chegar no Brasil e com poucas palavras saber e não ser iludido, enganado, ou embarcar em uma furada. Então, a palavra em inglês era *approach*, em português era *approach*; a palavra *background* em inglês, em português era *background*; a palavra *show*, em português era *show*; a palavra *rough*, em português era *rough*; a palavra *layout* era *layout*. E eu li isto projetado, os americanos não acharam graça, não riram, não comentaram... Eu trouxe isso para o Mauro Salles, que usou numa palestra, o Caio Domingues publicou, ficou uma anedota perene no Brasil. Eles estavam para *business*, não estavam para brincadeira e ficaram olhando para a minha cara e falaram: “Muito obrigado pelo glossário.” Eu nunca vi uma coisa dessas. Mas tem mil palavras. *Media* aqui no Brasil era *mídia*, *short list* era *short list*. Aí vinha *display*, no Brasil era *display*. Eu não fiz tão grande. Depois eu aumentei e o Caio Domingues publicou. Guarda isso que é uma contribuição de que eu tenho muito orgulho. A maioria

das minhas tiradas são para eu me divertir. Geralmente, ninguém acha muita graça, eu também não me preocupo muito... tocava o negócio.

I.S. - Essa tirada tem a ver com a questão da importância do modelo norte-americano na propaganda brasileira.

E.C. - Isso é à parte, eu tenho até um roteirinho preparado, mas não sei, ou fica para outra parte. Mas eu tenho idéias, algumas coisas negociadas ou ensaiadas com Caio Domingues, que resultaram em um artigo muito bom do Caio Domingues de que um dos pedaços é isso daí. Eu poderia mandar o artigo, mas saiu na revista *Propaganda* de São Paulo em 1973. O Caio fez essa homenagem a mim, publicou esse glossário gaiato meu. Mas é uma discussão um pouco mais profunda, até de ordem filosófica, sociológica, antropológica, entra tudo. Se tem ou não um modelo...

I.S. - Norte-americano.

L.H. - Brasileiro.

E.C. - Eu, o Caio e outras pessoas defendemos que não tem nada a ver: não é um modelo brasileiro, é um estilo brasileiro de fazer propaganda. O modelo, sem nenhuma dúvida, é americano nas regras, na formação, no desenvolvimento, na grandeza, na história, na cronologia, na antecedência. O Brasil tem o modelo norte-americano de publicidade, de televisão, de tudo. Mas a pesquisa de *marketing*, a pesquisa de opinião pública vem de Gallup, vem de Dichter, vem de outros.¹⁴¹ A redação vem do Young, vem do Claude Hopkins, vem de outras pessoas de lá. Mas são pessoas do século passado. É um tremendo papo amarelo, falso nacionalismo dizer: “A publicidade brasileira e a sua contribuição”. Não é assim. Nossa contribuição é no humor, na leveza, no estilo brasileiro... Eu diria na brincadeira.

L.H. - É isso que traz o sucesso da publicidade brasileira?

E.C. - É isso que nós temos. Eu não sei se é melhor ir direto ao ponto, como é alguma publicidade da Cera Johnson, da Colgate, de outros. Há um pouco de empulhação e um pouco de talento e de criação. Isso é uma análise que a gente teria que fazer olhando o histórico brasileiro, que começou com escritores. Publicidade. Você comprava um versinho do Olavo Bilac, Guilherme de Almeida, do Bastos Tigre, do próprio Orígenes... Orígenes Lessa, ele começou em publicidade ainda novo. Mas é um escritor. O Guilherme Figueiredo foi outro que trabalhou como redator da McCann, mas ele era um teatrólogo, era um escritor.¹⁴² O único defeito dele é que era irmão do João Figueiredo, [riso] o presidente.

Toda a publicidade americana e a chamada brasileira vem de produtos médicos, de panacéias e xaropes, de elixires, de vermífugos. Nós estávamos conversando ontem sobre a Quilostomina Fontoura. Vem do Jeca Tatuzinho, do Monteiro Lobato. Decididamente esse é um estilo brasileiro, o tom brasileiro de fazer as coisas informais, que era, no começo do Brasil, o tom carioca. Seria a maneira carioca de ver as coisas.

¹⁴¹ Ernest Dichter.

¹⁴² Guilherme Figueiredo (1915-1997), bacharel em direito e romancista, foi presidente da Associação Brasileira de Escritores (1945-1947), tendo redigido, com o jurista Clóvis Ramallete, o projeto de lei dos Direitos Autorais. Fundou a Orquestra Sinfônica Brasileira e foi adido cultural da Embaixada Brasileira em Paris (1964-1968) e reitor da Universidade do Rio de Janeiro (Unirio) (1979- 1988).

Esse tom virou paulista, mas ele nunca deixou de ser americano no todo. Nunca deixou. As regras, a remuneração, o leiaute, o *briefing*, o plano e tudo mais. Não tem como.

L.H. - Essa me parece uma visão de um profissional que foi diretor de agência. Ou seja, que operava com o todo do processo, não estritamente com a criação, onde talvez o estilo fosse muito mais marcante...

E.C. - É, mas não vamos falar de uma piadinha em um comercial. Eu estou falando de piadinha legítima, não é pejorativo de uma piadinha. Eu vivi, [riso] fiz parte de minha carreira com piadinhas. Se você olhar a criação, o fogo-fátuo da criação, o brilho – efêmero ou não –, os grandes *slogans*, as grandes criações têm muito pé no chão, têm muita pesquisa, muito teste. Você não pega uma frase na Coca-Cola ou na Cera Johnson – estou falando de dois anunciantes grandes, por coincidência americanos, mas posso falar de outros, brasileiros –, não inventa frases e põe no ar. Você testa isso em discussão de grupo, em pesquisas e tudo. Esse brilho nós devemos à DPZ, ao Alex Periscinoto na Alcântara, Neil Ferreira, ao Júlio Cosi... Todos esses liam, decoravam e pediam autógrafa a Ogilvy, Chit Dale, Bernbach, todos aqueles de lá. E não é plágio, não é imitação.

Estou falando do alto da minha velhice, é um provérbio espanhol: *el diablo sabe por diablo, pero sabe más por viejo*. Eu acho uma frase fabulosa. Então, por velho, a gente acaba sabendo mais do que por diabo. Publicidade é uma atividade comercial que caracteriza a livre-iniciativa, a democracia, a livre escolha, o direito de escolher. Ela tem regras, tem remuneração e tudo, mas é uma atividade comercial legítima. À exceção do *teaser*, que são esses anúncios *trailer* do que vai vir, a publicidade se caracteriza por botar embaixo o nome do anunciante. A promessa é cumprida porque está escrito embaixo General Motors, está escrito embaixo Coca-Cola. A dona-de-casa compra um produto porque está escrito Nestlé e a Nestlé tem cem anos fazendo um negócio sério. Então, ela assina Nestlé. Quando você vai fazer um anúncio da Nestlé, pode ter uma gracinha ou outra, mas tem a Nestlé, com a sua tradição, a sua responsabilidade e, acima de tudo, o valor da marca Nestlé. Isso não se constrói botando um garoto falando coisas complicadas do Ponto Frio Bonzão ou das Casas Bahia, ou a gracinha de que um sujeito é homossexual e tem uma piadinha no fim. Essas coisas, a longo prazo, pioram a imagem. Eu falo como se fosse um sujeito realmente com 75 anos dizendo: “Não entre por esse caminho, ele é falsamente de sucesso, você ganha um prêmio...”

Começou-se a fazer comerciais fantasmas para ganhar prêmio. Olhem a loucura! Faz um comercial que o cliente não aprovou, não tem *briefing*, não tem embasamento mercadológico, não tem pesquisa. Você faz a idéia pela idéia, banca com conivência ou não do cliente, o cliente se faz de bobo. Se ganhar prêmio, ele põe esse comercial no ar depois. Às vezes, põe no ar em uma emissora de Bauru uma vez só, porque a lei do festival exige que esse comercial tenha ido ao ar. Então, vai uma vez só. Então, 90% dos prêmios brasileiros em Cannes são de comerciais fantasmas. Isto é horrível! Vocês sabiam o que eu penso disso? Eu sou o único brasileiro vivo em publicidade que nunca foi a Cannes. Não por protesto; por uma série de motivos. É quase o Oscar, porque aquilo consagra.

A corrida pelo brilhareco atropela o planejamento, o embasamento, atropela tudo, ganha-se prêmio e aí vem a doideira dos grandes salários, como o grande jogador ganha. Ronaldinho, Ronaldinho 1, Ronaldinho 2. Ganha milhões de dólares, merecidamente porque ele leva gente para ver o jogo, é uma estrela. Então, o Neil é uma estrela, Washington é uma estrela, o Nizan é uma estrela, legítimo inclusive, com muito

talento e muito trabalho.¹⁴³ Nizan é neurótico por trabalho. O Washington é doido por trabalho. E o Neil Ferreira era doente por trabalho. Todos eles passaram por Alcântara, todos eles passaram por DPZ, todos eles passaram por outras agências criativas. Essa corrida, essa coisa deu esta loucura, às vezes legítima, às vezes ilegítima, e salários às vezes grandes demais.

Eu não sou contra a criação, eu comecei com criação e, se perguntar o que eu gostaria de ser, é criativo. Eu gostaria de trabalhar hoje em um departamento de criação de uma agência. Ninguém quer um sujeito de 75 anos para nada. [Riso.] A rigor nem eu ando gostando muito de mim ultimamente. Mas esse brilho, essa coisa toda tem um preço e tem que ser bem pesado. Eu tenho um livro que o Bob Levinson escreveu sobre o Bernbach. Um livro, não; um álbum de anúncios. Não precisa dizer se o Bill Bernbach era um bom colega, um bom pai, um bom rapaz, se ele era do Rotary ou se ele batia nos filhos. É pegar e mostrar cem anúncios feitos por ele. Fim de papo. E não tem nada, o que tem ali é dizer: “Hertz, a número um do mundo.” E a Avis dizia: “Nós temos que trabalhar mais e atender melhor porque nós somos apenas o número dois.” Tem gracinha: “Cinzeiro sujo, um carro com pára-brisa sujo, essas coisas, os primeiros podem. Nós não podemos, nós estamos lutando.” Então, isso o Bernbach faz para a Avis.

L.H. - Um anúncio da Avis.

E.C. - É. Então, o Ogilvy faz um anúncio dizendo assim: “A 60 milhas por hora, o único barulho que você ouve em um Rolls-Royce é o tiquetaque do relógio.” Aí, você pára, lê aquilo... Que coisa!

I.S. - Em relação a esse tipo de seriedade, é como empresa que você está falando que o modelo norte-americano é o modelo da publicidade?

E.C. - É o modelo. Você vê hoje que a maior agência do Brasil durante anos é a McCann-Erickson; que eu saiba – e eu sei bastante da McCann –, não tem subornos, trambiques, não tem nada, como não tinha na Thompson, como não tinha na NW Ayer, como não teve em outras, na Grant Advertising, que esteve no Brasil e atendia à Souza Cruz. É claro que nos Estados Unidos também, no começo do século, devem ter acontecido muitas brigas de foice, muitas mágicas. Mas as regras atuais e a herança nossa são todas americanas. A publicidade européia, vamos dizer, no auge: Toulouse-Lautrec fazendo cartazes, Savignac, a contribuição grande da Bauhaus ao *design*, às marcas, são muito...

[FINAL DA FITA 7-A]

E.C. - Então, a contribuição européia no bom gosto, no *design*, nas marcas... Temos a Olivetti e outras grandes empresas européias, Volkswagen, Mercedes, a própria Shell... A Shell é holandesa, inglesa, mas a Shell joga pela cartilha americana porque o petróleo é uma coisa universal. A Shell não é uma empresa inglesa como anunciante, é uma empresa inglesa como acionistas. Então, a contribuição européia à publicidade brasileira é muito pequena, muito pouco relevante no negócio. A contribuição hispânica é praticamente nenhuma, embora tenham estado aqui muitos cubanos na publicidade

¹⁴³ Refere-se a Washington Olivetto e Nizan Guanaes.

brasileira, na Colgate e em outras empresas. Muitos mexicanos também, porque de vez em quando a Coca-Cola pega um sujeito de Honduras que deu certo no México, manda ele para a Espanha, depois manda para o Brasil porque ele fala espanhol.

É um *mix* muito grande. Não nas agências, mas nos anunciantes. As agências tiveram, nos anos 50, muitos argentinos, porque graficamente os argentinos, desenhistas, *layoutmen*, eram mais adiantados que os brasileiros. A indústria editorial na Argentina, por influência da Espanha ou da Europa, era mais avançada do que a indústria editorial brasileira, que tinha alguma influência nordestina, baiana, de alguma maneira portuguesa também... Mas quando a gente queria um grande ilustrador, um grande artista, vinha da Argentina. A *Última Hora* tinha um sujeito chamado Guevara, não tinha nada a ver com o outro Guevara, que era o paginador.¹⁴⁴ O próprio Lan, que eu acho que veio para a *Última Hora*, é ítalo-argentino.

L.H. - Havia uma influência na criação desses sul-americanos ou latino-americanos.

E.C. - É, na criação, no desenho, tinha muito. A Gillette tinha um mexicano, cada agência tinha um *cucaracha* desses, que a gente olhava com o maior desprezo, era uma anedota. Salvo algumas exceções como o Hernández Catá na Rede Globo, que teve uma contribuição incomensurável de inteligência, de *know-how*. Salvo outros, a grande contribuição é mesmo dos americanos e, de vez em quando, algum europeu, via Estados Unidos. Japonês, quase nenhum. O japonês tinha um acordo com uma agência brasileira que não lembro agora, a Dentsu. Tinha o Imai, que era um japonês que tinha a grande sabedoria de falar japonês, ele fazia a ligação entre clientes japoneses e agências brasileiras. Tinha o Hideo Onaga, que foi editor da revista *Visão*, era outro japonês também. Mas influência japonesa, a não ser no anedotário de chofer de táxi em São Paulo - que eles eram todos japoneses - ou de anedotas em programa de humorismo, na publicidade é quase nenhuma. Você passa os comerciais em festivais de publicidade, que são comerciais bastante orientais, mas muito talentosos, muito inteligentes, mas morre aí. Canadense, nenhum...

Sobra mesmo a publicidade americana porque o bê-á-bá foi feito pelo departamento de propaganda da General Motors, em 29, 30, onde tinha: Renato Castelo Branco, Rosino Zacchi, que foi o grande precursor da mídia depois em São Paulo. Orígenes Lessa, foi depois para Diemo Castanho, que era o escritor e depois foi também para a ABP e deu uma contribuição muito grande à publicidade. Tinha o Danley, um americano que arrebanhou esses todos. Muitos trabalharam um pouco na BBC, eles falavam em inglês; outros estudavam inglês aqui no Brasil para progredir, porque o inglês não era o que é hoje. Mas a General Motors foi a grande escola inicial das regras do jogo: o leiaute, *briefings*. E antes da General Motors tinha a Ford, que já estava no Brasil desde 1913, eu acho, ou 1903. E as grandes empresas americanas: a General Electric, a Westinghouse, a General Motors, os gerais em geral, General Foods. Esses grandes clientes...

L.H. - Posso tirar a sua dúvida. Em 26, instala-se no Brasil o departamento de propaganda da General Motors. Esse departamento é desativado em 29, com a vinda para o Brasil da Thompson, agência ligada à GM no mundo todo.

E.C. - A Thompson perdeu a conta no mundo todo e a conta passou, no mundo todo, para a McCann-Erickson, onde está até hoje. Olha o patrimônio de uma agência que tem

¹⁴⁴ Andres Guevara.

uma conta de 1929. Há uma outra história, muito engraçada e importante: a McCann-Erickson começou trabalhando para a Coca-Cola no Brasil primeiro, e se expandiu para o mundo. Hoje, seria seguramente a maior conta do mundo da McCann-Erickson, que já está com butikques e outras empresas. A Coca-Cola usa muitos fornecedores para relações públicas, para pesquisa, para a imprensa, mesmo agências locais. Há uma política que vem sendo muito ativa desde os anos 85, 90, porque a Coca-Cola não é mais solitária, única na McCann-Erickson. Mas parece, e isso precisava comprovar, que a grande conta começou aqui nos anos 40, Coca-Cola *versus* McCann-Erickson no Rio, naquele prédio *art déco*.

A McCann era uma boa *house agency* da Esso, com o perdão da palavra. Quando veio o senador Taft e fez uma lei, nos primeiros anos do século, nos Estados Unidos, em 1915 ou 17, a lei antitruste, contra o monopólio. A Esso tinha um departamento de propaganda, a Esso era Esso Standard Oil... Era dona dos Estados Unidos, dona do mundo. Rockefeller, Vanderbilt, Morgan, essas figuras eram os grandes *tycoons* da época. Com essa lei, a grande influência na imprensa americana era feita pelo departamento de propaganda da Esso, que através de *releases*, através de reuniões, através do poder da Esso, influenciava a imprensa americana com respeito ao monopólio da Esso na época. Já devia ter a Mobil Oil fabricando alguma coisa, Socony fabricava outra coisa, é possível que a Gulf fabricasse... Eu não sou *expert* em indústria automobilística, tenho dificuldade em botar a gasolina no carro. Mas o que acontecia era que o gerente de publicidade da Esso era o seu McCann. E o seu McCann falou: “Me dá a conta.” E a Esso passou a influenciar a imprensa, a opinião pública através da McCann-Erickson. E aí começou a McCann-Erickson. Quando a McCann-Erickson veio para o Brasil, você deve ter uma anotação aí, deve ser nos anos 30, a McCann-Erickson se instalou nos escritórios da Esso, nesse edifício que tem ali perto do prédio da ex-embaixada americana, tem um edifício *art déco*, que era perto de onde tinha o Grupo Novo Mundo. Esse prédio é um patrimônio em matéria de *art déco*. Ali era a McCann-Erickson, no escritório da Esso. É incrível a história.

Esse negócio de discutir *house agency* é comigo mesmo. Pouquíssimos escapam. A Ipiranga Petróleo era sócia da MPM na fundação. A Willys Overland era sócia do Mauro Salles no começo da Salles. A Denison foi montada pela Ducal, os Moreira de Souza, o Zé Cândido era um dos donos da Denison, José Cândido Moreira de Souza, José Luís Moreira de Souza. Para não falar da Lintas, que era assumida como *house agency*. A Lintas era assumida ao longo de um século. É diferente. Os outros eram *house agency* direta ou indiretamente, historicamente ou não, disfarçado, se livraram disso depois, foi só para levantar vôo.

O caso da Salles era uma coisa simbólica, a Willys tinha ações da Salles porque o Mauro era amigo do Max Pierce, o presidente da Willys. O Mauro era diretor da Globo, antes ele tinha sido chefe de reportagem do *O Globo* – garoto ainda, por mérito – e também era cronista de automobilismo, onde ele acabou, pelo *O Globo*... Ele corria de automóvel, corria mal de automóvel, até hoje corre mal, mas corria de automóvel, participava de tudo. Era presidente eu acho da Associação dos Automobilistas do Brasil, qualquer negócio desses. Então, o Mauro fazia coluna de noticiário, comentários, era colunista do *O Globo* sobre automobilismo, onde, muito inteligente, muito insinuante, tornou-se amigo do presidente da Volkswagen, da Willys, da Mercedes, de todas as indústrias que estavam começando a lançar os carros brasileiros. Através disso, o Mauro tirou a conta da Willys, que era do Geraldo Alonso, da Multi Propaganda e de outra de São Paulo, e montou uma agência no Hotel Jaraguá, em São Paulo. Saiu da Rede Globo, que não dava nada certo na Rede Globo, como eu saí, três semanas depois do Mauro.

Foram todos da Mauro Salles para um hotel em São Paulo, o Hotel Jaraguá, cuidar da conta da Willys.

I.S. - E a DPZ começou como *house agency* de alguém também? Ou melhor, com um cliente importante?

E.C. - Não, nada. Eles começaram na ilusão de que teriam a conta da Ford. Nunca tiveram. Porque eu tinha saído da Ford, eu era o cliente deles, mas não foi esse o motivo. Foram outros motivos. Com o desastre do relacionamento comigo como diretor da Ford, relacionamento de criação, de mídia, de planejamento, a Thompson se cuidou muito bem, era uma agência com recursos, trouxe americanos especialistas em automóveis para cuidar da conta da Ford de trator, caminhões, automóveis. E a DPZ não teve nenhuma chance, quando a Thompson resolveu comprar a Metro 3. A Thompson resolveu comprar a Metro 3 no começo, através de negociações que eu até intermediei no sentido de apresentar um para o outro. Conversando ainda com os dois espanhóis, que estavam fazendo uma agência. A Thompson queria comprar e manter a personalidade, tudo, da DPZ, mais sendo um braço criativo da Thompson, que tinha Renato Castelo Branco na presidência, José Kfuri na criação, Eric Nice. A Thompson tinha um timaço de criação também, na época. Foi um desentendimento epidérmico entre a minha maneira de ver as coisas e a da Thompson. Eles tinham uma conta mundial e não estavam muito interessados em saber o que eu pensava na Ford do Brasil. Mas acabaram sabendo. [Riso.]

L.H. - E como você foi para a DPZ em 73? Você foi ser diretor-geral.

E.C. - Fui ser diretor-geral no Rio, convidado pelos três. Eu estava na Lab, que era o começo de ser uma pretensiosa agência, acho que até esse nome Lab deve ser do Dines, era Laboratório de Propaganda e Marketing. Era para tentar substituir a Agência JB, que era uma furada - o *Jornal do Brasil* não tinha vocação para ter uma agência de publicidade -, para fazer os anúncios do jornal, da gráfica e da rádio. Essa Agência JB nunca andou bem porque acabava sendo aquele negócio de que não era o jornal, era um estúdio do jornal.

Na Lab, os acionistas eram o Nascimento Brito, ou o jornal – acho que era o Nascimento Brito; o outro acionista era o presidente, um dos maiores acionistas da Ipiranga, que era do grupo Gouveia Vieira, o João Pedro Gouveia Vieira, que morreu recentemente, o velho. O outro acionista era um amigo deles, da Westinghouse – que era Eletromar do Brasil, mas era um licenciado da Westinghouse, eu acho. Eu não me lembro do nome dele, mas ele era um nome quatrocentão aqui do Rio. E outro era o Paulo Geyer. Ele era o presidente da Unipar, essa companhia que tinha no começo da indústria petroquímica.

O grande cliente da Lab era uma fusão do Banco Irmãos Guimarães, BIG, e tinha um Banco Halles, que estava falindo, que era de um sujeito esquisitíssimo, como todos os húngaros são. [Riso.] Tinha o Banco Halles que estava se desenvolvendo com o José Sílvio Magalhães, que era o dono da Imobiliária Nova York, e outros. Esse banco estava falindo, foi encampado pelo Banco Irmãos Guimarães, e criaram o BUC, Banco União Comercial. O presidente: Roberto Campos. Isso, em 72. E o gerente de publicidade, Sérgio Rego Monteiro, outra figura brilhante também: muito, muito capaz, muito inteligente. Assessor do Roberto Campos: João Carlos Martins, o pianista, concertista, amigo de Klabin e todo mundo. Ele era uma figura de São Paulo que eu conheci ainda muito garoto quando morava em São Paulo. João Carlos Martins, o maior

pianista para Bach do mundo talvez, depois teve problemas e se enfiou em corrupção com o Paulo Maluf, com o perdão da má palavra. E tinha o Roberto Campos como diretor do banco, que era o grande cliente.

L.H. - Da Lab.

E.C. - Da Lab. Outro cliente era a Unipar, que era Paulo Geyer e o Grupo Soares Sampaio. Outro cliente da Lab era uma companhia de alumínio, mas não era a Alumínio do Brasil, era uma outra de alumínio que eu não lembro agora. A Schering-Plough é Coppertone, esse bronzeador que já foi de diversas empresas. O Coppertone de vez em quando é vendido lá na Wall Street e ele vira não sei o quê. Mas acho que ele está na Schering-Plough há algum tempo.

Na Lab, eu era o homem que tinha vindo de direção de agência, eu era o diretor-superintendente. O resto era um sobrinho do Geyer, ou um sujeito acho que casado com a filha do Geyer, o outro era o filho do Gouveia Vieira, Eduardo Eugênio Gouveia Vieira, presidente da Firjan, amigo de Fernando Henrique, um homem notório hoje. Ele tinha 20, 21 anos, era diretor da Lab. Carlos Eduardo Dunshee de Abranches Jardim, nosso Carlinhos Jardim. Você imagine uma agência com o filho novinho do Gouveia Vieira, um sujeito que era casado com a filha do Paulo Geyer, o Carlos Eduardo Jardim, que era sobrinho da condessa Pereira Carneiro, Jardim era do pai dele. Ele era filho da Helô, que se casou com o professor Albert Sabin, que trabalhava conosco no *Jornal do Brasil*. É muita história, não? O que aconteceu? A Lab era inviável. Era muito complicado. Era muito cacique e pouco diretor. Mas foi uma época muito gostosa, fez-se muita coisa lá e eu era o diretor-superintendente quando fui convidado...

L.H. - Aqui no Rio ou em São Paulo?

E.C. - Tudo Rio, tudo Rio. A Lab era aqui. Aí, eu fui convidado pelo Duailibi para a DPZ. Eu fiquei no vinagre da DPZ... No vinagre que eu digo é que fiquei, vamos dizer assim, em quarentena, não trabalhando na DPZ; era óbvio que, qualquer lugar que eu fosse trabalhar, o primeiro seria a DPZ. Mas os três gostariam muito que eu fosse: o D, o P e o Z, logo no começo, quando saí da Standard. Mas tinha vetos de outros funcionários lá de dentro, que sabiam do meu relacionamento, da minha personalidade junto a Petit e Zaragoza, Roberto... Então, eu fui vetado na DPZ. E eles mesmos me falavam. O Petit falava: “Não há clima, está muito difícil para você vir para a DPZ agora. Nós queríamos muito...” Não só por profissionalismo como também por gratidão, por companheirismo, por grandeza deles. Eles sempre queriam. O sonho deles era eu. Quando conseguiram chegar a um acordo e apararam as arestas, eles me telefonaram e eu falei: “Aceito com o maior prazer.”

Deixei a Lab, que não era uma grande agência, não ia ser nunca uma grande agência pelo nascimento, pela composição. Mas também gente muito limpa, muito legal, muito festiva. Eles são meus amigos até hoje, principalmente o Eduardo Eugênio, o Sérgio Rego Monteiro. Eu era padrinho de casamento do Carlos Eduardo Dunshee de Abranches Jardim. O casamento dele era uma semana depois de eu sair do *Jornal do Brasil* e não tinha condições de eu ir ao casamento, tiveram que quebrar o protocolo, tiveram que arrumar outro padrinho em meia hora. Por escolha da Helô, que era a mãe dele, e dele pessoal e da noiva, o padrinho de casamento era eu. São histórias paralelas.

Saindo da Lab, eu fui para a DPZ e, na DPZ no Rio, tinha uma secretária e um *boy*. Secretária fora de registro totalmente, parecia uma rumbeira mexicana naquela época de filme... Aquelas mulheres de cintura, salto alto, vestido curto. Eles alugaram

um andar e reformaram com Aurélio Martínez Flores, que é um grande arquiteto de São Paulo, muito ligado ao Zaragoza, a todo mundo lá. Eles vieram para cá e ficaram naquele prédio onde ficava a SGB, do lado de onde sobe aquele plano inclinado do Outeiro da Glória, na praça Roosevelt.¹⁴⁵ O andar de cima e mais o terraço eram uma das coisas mais bonitas que eu vi. Um prédio do começo do século, do fim do século, fizeram um buraco para botar o elevador. Eram apartamentos e tinha a SGB embaixo, um ou dois andares, o Sani Sirotsky e o Arthur Bernstein. Era a SGB, depois vinham famílias com cachorrinho que saía para andar ali no largo do Russel. E na DPZ eu comecei com essa secretária, que logo depois foi afastada, e um *boy*, que eu acho que foi lá sábado e domingo e roubou o que tinha de máquinas de escrever, essas coisas.

Ficamos eu e eu para começar a DPZ no Rio, que atendia a Souza Cruz e a Seagram, por São Paulo. Vinha um sócio-atleta de São Paulo, na ponte aérea, ia à Souza Cruz, apresentava tudo, a Souza Cruz falava: “Muda isto aqui.” Ele voltava de avião para São Paulo, fazia tudo e vinha para cá. Era aquele atendimento de ponte aérea que vigorou muito no Rio e em São Paulo, mas muito mesmo. Muita coisa era feita lá ou aqui e tinha a ponte aérea. Ou ia um sacrificado daqui levar as coisas para mostrar a um cliente em São Paulo, ou vice-versa. Claro, muito mais de São Paulo para cá. Mas, nessa época, tinha o lançamento do Charm, que é uma época brilhante, notória da DPZ, principalmente Zaragoza... O Washington Olivetto entrou na DPZ junto comigo em 73, eu acho, veio de outra agência, muito estranho e muito talentoso, um garoto audaciosíssimo, brilhante.¹⁴⁶

A minha missão era montar uma agência no Rio, o que nós fizemos ao longo de seis, sete anos, com um apoio muito grande do Petit, que tinha um apartamento em Ipanema. Uma herança, o sogro dele morreu e deixou um apartamento muito bom. A mulher do Petit também gostava muito do Rio, então o Petit começou a vir ao Rio literalmente pegar no meu pé, tocar as coisas, ele era um dos donos, muito meu amigo. O Roberto vinha ao Rio mais ou menos, o Zaragoza quase nunca e vinha o Washington para cá. Washington Olivetto praticamente ficava entre Rio e São Paulo. Aí, já começamos a desenvolver Souza Cruz no Rio, atendimento e mídia.

L.H. - Souza Cruz era aqui?

E.C. - Souza Cruz é aqui, na rua da Candelária, há duzentos anos. A Souza Cruz começou e eu comecei – o meu começo no alegre mundo da fumaça. Isso, em janeiro de 73. Eu trabalhei direta ou indiretamente para a Souza Cruz até 2001, então trabalhei 28, 27 anos, algumas vezes quase diariamente. Tem muita participação minha na Souza Cruz e muita participação da Souza Cruz na minha vida. E não fumei até hoje, nunca na vida. Talvez seja um dos motivos pelos quais eu esteja aqui falando agora.

I.S. - Essa foi a principal conta que você atendeu na DPZ?

E.C. - A principal conta e a Seagram, que tinha na época Chivas, depois ela comprou uma vinícola, Forestier. A Seagram começou a lançar a cachaça São Francisco. O diretor-presidente da Seagram no Brasil era um português muito legal e ele foi para a

¹⁴⁵ A agência SGB foi fundada em 1968, no Rio de Janeiro, por Sani Sirotski, Arthur Bernstein e José Guerra. Em 1989, com o desligamento de Sirotski e Bernstein e a ascensão de Carlos Alberto Parente, teve sua razão social alterada para Better Comunicação, que acabou sendo extinta. O plano inclinado para o Outeiro parte da Rua do Russel, que beira a Praça Luís de Camões.

¹⁴⁶ Antes de juntar-se à equipe da DPZ, Washington Olivetto trabalhava na Publicidade Casabranca, fruto da fusão da Lince com a JRM.

Seagram vendendo Ron Montilla, que era dele, era uma fábrica de Niterói. Esse Ron Montilla, aquele que tinha um pirata com um papagaio no ombro, uma mão de gancho. Foram momentos muito criativos, muito gloriosos, atender a Seagram. Lá tinha um sobrinho do Rogério Behring, que era diretor da Seagram. Tinha um bando de gente lá, mas o Behring eu lembro bem que era quem tratava com a DPZ. E esse senhor, que era o cidadão americano, mas português. Ele nasceu em Portugal ou nasceu nos Estados Unidos, filho de português, esteve na guerra pelos Estados Unidos e terminou aqui no Brasil, com Ron Montilla. Como ele se chamava? É um nome muito português, muito conhecido. Era o presidente da Seagram. Foi na Seagram que nós fizemos também o primeiro Leão de Ouro do Brasil, que é o “Garoto sorrindo”.

I.S. - Primeiro do Brasil?

E.C. - Primeiro do Brasil. Esse Leão de Ouro tinha um pezinho no fantasma também. Depois a Seagram o adotou.

L.H. - Conta esse anúncio que eu não sei.

E.C. - Esse anúncio era de um garoto sorrindo – feito basicamente pelo Neil e o Zaragoza. Não tinha o computador nem a digitação gráfica. Filmou-se um garoto, oito anos de idade, loirinho, típico brasileiro-sueco, um finlandês daqueles com olhos azuleiros, de cabelo lisinho, tudo o que eu queria quando eu era garoto, [riso] aquele cabelo escorrido brilhante. E esse garoto sorriu. Só. Ele, sério, fez assim e sorria.

L.H. - Mudava a expressão.

E.C. - É, mudava a expressão. De um garoto triste, mudava a expressão. Um comercial de dois minutos que virou um minuto, virou 30 segundos porque ele se arrastava demais por causa do texto. O texto, de que eu participei, mas quem fez acho que foi o Neil Ferreira, era sobre beber moderadamente. O texto dizia: “Não há nada mais triste do que um garoto ver o seu pai embriagado.” Eu me comovo muito com esse anúncio. Era isso dizendo: “O exemplo em casa...” Terminava dizendo assim: “A Seagram, um dos maiores fabricantes de bebidas do mundo, pede a você que beba moderadamente, com discrição, porque isso é para prazer, não é para vício nem para a doença.” Esse locutor ia falando isso, sem truques, falando pausadamente, começava assim, eu acho: “Não há nada mais triste do que um garoto ver o seu pai bêbado, embriagado...” Era uma linguagem respeitosa, séria, falava na Seagram no fim: “Seagram, um dos maiores fabricantes de bebidas do mundo, gostaria que você moderasse.” E terminava o garoto sorrindo, um *freeze*. E a cara do garoto, não tinha o truque. Era um garoto triste que ia abrindo, abrindo e terminava em um sorriso iluminado.

Na época, para fazer esse filme, o Zaragoza pegou fotograma na tesoura, ele colava com durex na moviola. Sabe o que é pegar um rolo e cortar quadrinho de 21x11mm? Cortando com tesoura: ele, o Neil e mais a produtora, eu imagino que era aquele maníaco de São Paulo que depois fez e faz até hoje a campanha da Bombril. Ele é argentino, mas tem um sobrenome estrangeiro. Como ele se chamava? O sujeito tinha uma produtora que, quando você queria trabalhar bem, tinha esse que também era neurótico, também era maníaco e também ia às cinco da manhã.¹⁴⁷

¹⁴⁷ O entrevistado provavelmente refere-se a Andrés Bukowinski, que nasceu em Varsóvia (1940), mas imigrou para a Argentina aos 9 anos de idade, tendo passado ainda três anos na Inglaterra. Em 1973,

Mostramos isso para a Seagram e acho que tinha um prazo para festival, você tinha que entregar ao representante do Festival de Cannes aqui. Mil políticas, mil espionagens, mil coisas. A DPZ jogou esse comercial, na época não tinha a lei de ir para o ar ou não ir para o ar, depois começou a nossa tentativa de convencimento da Seagram porque essa parte já era institucional – José Gonçalves era o português – e eu acho que não era só o José Gonçalves que resolvia, isso implicava no nome da Seagram e de uma apólice da companhia, *vis-à-vis* saúde, bebida. Isso é feito a Souza Cruz fazer um anúncio dizendo: “Cigarro não dá câncer.” Ninguém na Souza Cruz pode fazer um anúncio desses. Isso vai para Londres, vai para o *board*, nem pensar. Então, na Seagram foi complicado. Acho que a DPZ botou esse anúncio na marra no ar uma vez, em numa emissora não sei de onde, salvou um pouco. Depois, a Seagram botou no ar.

L.H. - Não me lembro desse anúncio.

E.C. - Não, ele existe muito pouco. A DPZ eu acho que tem uma cópia só. Isso foi em 1973, passou muito pouco na televisão. Esse anúncio ficou um clássico e um divisor. E deu à DPZ uma grande explosão no mercado e a DPZ passou a ser mais pública. Quer dizer, a dona-de-casa sabia o que era a DPZ. A DPZ sempre também botou um ovo e cacarejou bem, porque era aquela coisa: não basta botar o ovo, tem que cacarejar. E a DPZ nisso... Por personalidade dos três, sempre foram pessoas públicas. Sempre falaram com muito orgulho do que faziam. Ganhavam prêmios legítimos e diziam...

[FINAL DA FITA 7-B]

E.C. - ...[Esse Leão de Ouro] foi um divisor na criação. Além da notoriedade para a DPZ, para o Neil, para todo mundo que trabalhou nele, esse prêmio resultou também na corrida para os festivais. Eu fui ao Magaldi, que já era diretor da Globo. Nessa época, a DPZ também tinha a conta da Globo. Tudo da Globo, até marcas de novelas eram feitas aqui, por mim. O Magaldi, muito amigo meu, achou que não tinha como ter um departamento na Globo, convenceu o Walter Clark e outros e jogou a conta, tudo - marcas de algumas novelas foram feitas - na criação da DPZ. Então, eu liguei para o Magaldi depressa, fui para lá e falei: “Olha, a DPZ acaba de ganhar esse prêmio.” O Magaldi falou: “Dá o comercial que eu jogo no *Jornal Nacional*.” O que era contra tudo na Globo. Esse filme entrou no *Jornal Nacional* e, no outro dia, metade da publicidade brasileira foi ao Magaldi e à Globo e ao Walter Clark: “O que é isto? A Globo botou um comercial da DPZ de graça em noticiário...” O Magaldi, que era um italiano estourado, disse para o sujeito: “Vai lá em Cannes, ganha um prêmio que eu ponho no ar.” Foi uma resposta muito bonita. “Vai lá em Cannes, ganha um Leão de Ouro que a gente põe no ar aqui com o maior prazer.” Aí, ficaram quietos.

Com a Rede Globo, ainda pela DPZ, eu consegui fazer uma coisa de que tenho tristeza porque não emplacou bem, não emplacou nada. Eu convenci a Globo a fazer uma campanha de *physical fitness*, que seria manter-se em forma. Não tinha as academias nem nada. Seria assim: “Se você mora perto do trabalho, vá andando. Se você mora no quinto andar, suba a pé, de escada. Você está ficando velho, está ficando fora de forma.” Fizemos comerciais na DPZ, mas não havia dinheiro para produção, o Magaldi não estava em época boa na Globo. Botamos no ar, mas não andou como eu

mudou-se para o Brasil, tornando-se sócio-diretor da ABA Filmes, produtora de São Paulo, junto com Oscar Caporalli.

tinha imaginado. A campanha, o título era meu, mas o entusiasmo todo era do Magaldi. Não da Globo, eu diria do Magaldi mesmo. Fizemos a campanha chamada *Mexa-se*.

I.S. - Não funcionou?

L.H. - Eu me lembro disso.

E.C. - A Globo botou no ar poucas vezes, não tinha verba para produzir as coisas, então os comerciais eram precários. Eu mesmo me aborreci no meio. Mas era um negócio genial, teve na Alemanha um pedaço desse negócio, porque os alemães do pós-guerra estavam muito preocupados com a indolência, o problema físico... Que aí já era na guerra fria, os russos ganhavam todas as Olimpíadas, os cubanos ganhavam tudo, os húngaros, os romenos... As medalhas de ouro... Então, a Alemanha teve essa campanha muito pálida, ou em uma cidade, uma prefeitura. E eu inventei no Brasil. Mas eu soube dessa campanha depois inclusive. Eu inventei no Brasil o *Mexa-se*, que seria *get moving*.

I.S. - Engraçado, eu tenho uma imagem muito presente.

L.H. - Eu também, do *Mexa-se*.

E.C. - Você se lembra do *Mexa-se*?

L.H. - [Cantando] *Mexa-se, mexa-se*.

E.C. - É, tinha um negócio desse.

L.H. - Isso virou um negócio. *Mexa-se*.

I.S. - É, todo mundo falava.

E.C. - Botando na Rede Globo meia vez, seja intriga, vexame, sucesso, o que for... Se aparecer lá: “Fulano fez não sei o quê”, pode desmentir durante cem anos que o sujeito diz: “Ah, eu vi na Globo que esse cara aí aprontou não sei o quê.” Nós temos o Abi-Ackel e outras histórias da Globo também, com o cabelo em pé.¹⁴⁸ Aliás, ele era careca e o cabelo não ficou em pé.

L.H. - Mas essa era uma campanha de comportamento, não era uma campanha ligada a nenhum...

E.C. - Era uma campanha de comportamento e eu queria que os grandes anunciantes, por influência da Globo, comessem a botar nos seus anúncios ou nos seus comerciais: “Mexa-se, vá a pé para o trabalho, faça isso, faça aquilo.” Tinha um monte de atividades físicas não chatas. Quer dizer, subir três andares, eu moro em um terceiro andar, aqui em Copacabana, e jamais subi esses três andares a pé. Eu me recuso a morar em andares

¹⁴⁸ Ibrahim Abi-Ackel foi ministro da Justiça entre 1980 e 1985. Em agosto de 1985, a Rede Globo de Televisão transmitiu reportagem na qual Abi-Ackel era acusado de integrar uma rede internacional de contrabando de pedras preciosas e ter acobertado atividades ilegais da Empresa Brasileira de Mineração. As denúncias não chegaram a transformar-se em inquérito, já que a Polícia Federal julgou como “pouco fundamentadas” as provas contra Abi-Ackel.

altos de prédio, com medo de ter que descer ou subir. É tudo muita conveniência. A idéia dessa campanha tinha um apelo que não precisava explicar muito, que era “Mexa-se”. Mexa-se e pronto.

Outra coisa que eu inventei para a Globo, agora vou dizer, imodesto. Ainda na DPZ, eu fui lá e convenci o Magaldi a fazer um negócio chamado Fundação Irineu Marinho. A gente comete pequenos erros. O Magaldi falou: “Isto é genial.” Eu tinha uma experiência, trabalhei na Ford e lembrava da Fundação Ford. Uma fundação é um negócio sério no Brasil, com respeito à contabilidade, doações, administração, lucro. Convenci o Magaldi que falou: “Vamos falar com o Joe Wallach.” Eu falei com ele, convenci o Joe Wallach. “Vamos falar com o Walter Clark.” Falei com o Walter Clark. Aí, vem o Magaldi para mim: “Falamos com dr. Roberto, ele adorou. Mas pediu que mudasse o nome para Fundação Roberto Marinho.” [Riso.] Eu achei que era uma homenagem ao Irineu Marinho pai, que fez *O Globo* e morreu três semanas depois. Ele realmente era do *A Noite*.¹⁴⁹ Mas eu, achando que a maneira política era chamar de Fundação Irineu Marinho, virou Fundação Roberto Marinho. A fundação ficou, um ano e tanto, em idas e vindas para o Ministério da Fazenda. Compor politicamente, nomear secretário-geral, essas coisas todas. No dia em que a fundação foi homologada, o Joe Wallach me telefonou – era um homem poderoso na Globo – e me disse: “Edeson, nós queríamos agradecer a você e queríamos dar um almoço para você aqui na Globo, no Marinho’s.” Era o restaurante da Globo, chamado Marinho’s à boca pequena. Dr. Roberto jamais ia à Globo. Então, todas as piadas sobre o dr. Roberto existiam lá. No dia anterior, o ministério, o dr. Roberto, todos chegaram à conclusão: “Ok, a fundação existe, está aprovada.” Porque tem uma lei, tem um decreto do governo. Aí, me telefonaram para esse almoço.

Eu cheguei lá no Marinho’s, estavam todos os Ottos Laras, Cláudio Melo e Sousa, os Bonis, todos esses... O Walter Clark na Europa, entre Portugal e França, estava em viagem, era o diretor. Mas estava o Boni, estava todo mundo. E o almoço não saía. Vinha a secretária do Joe Wallach e falava: “Sr. Edeson, nós estamos morrendo de vergonha, mas aconteceu um probleminha com o Joe Wallach e ele não pode subir para o restaurante. Mas o Magaldi está vindo.” Aí, chegava o Magaldi e falava: “Edeson, segura as pontas aí que a barra está meio complicada, depois eu venho.” Depois, veio eu acho que a secretária do Magaldi e falou assim: “Edeson, é melhor você sentar naquela outra mesa onde tem um monte de gente e almoçar porque está complicado aqui, depois a gente fala com você.” Era um almoço em homenagem a mim que não existiu. Nos almoços da Globo tinha vinhos, *mâtres*, *chefs*, garçons. Era um almoço normal. Não era festivo por mim não, esse almoço era para mim, com o Joe Wallach, Magaldi e mais três ou quatro. Mas estava rolando um almoço em uma mesa grande, onde estavam todos os globetes.

Nesse almoço, de repente chegou a notícia: “Dr. Roberto demitiu o Walter Clark.” [Riso.] Tinha demitido por telefone. Walter Clark tinha aprontado alguma com o general Lira Tavares eu acho, em Portugal... Estamos no governo militar, ditadura militar, 79, 78 – eu estava na DPZ ainda, então, com certeza, 78. O que havia é que poucos sabiam e quem sabia era Otto Lara, Joe Wallach, Magaldi, que estavam negociando as cartas do Roberto demitindo o Walter, mas o Walter não aceitava, tinha uma carta do Walter pedindo demissão. O Otto Lara é que escrevia as cartas. Demite para cá, demite para lá, e a coisa não andava... É feito o Lula agora com o *New York Times*: quem pede desculpa a quem? É o *New York Times*? É o repórter? Quem escreve a carta, é o ministro da Justiça? É o chefe de imprensa? Aí, leva para o Lula e ele diz:

¹⁴⁹ Irineu Marinho foi um dos fundadores do jornal *A Noite*, em 1911, antes de fundar *O Globo*, em 1925.

“De jeito nenhum, eu quero que ele morra.”¹⁵⁰ Então, ficou nesse negócio. Quando negociaram tudo, já eram 7h da noite, eu vim para casa. O Magaldi desceu comigo e avisou: “Edeson, não é uma grosseria nem uma desatenção, é o fato do século na televisão. Dr. Roberto demitiu o Walter Clark, não dava para sentar e almoçar com você e contar anedotas a tarde toda.”

E ficou o Mauro Salles ligando para a DPZ para falar comigo, ele cheirou alguma coisa. Muito amigo meu o Mauro, ex-Globo como eu, vivendo aquele negócio de notícia, e a minha secretária dizia: “O seu Edeson foi para a Globo. Tinha um almoço lá e não voltou mais.” Aí, o Mauro cheirava mais, ele é repórter... Ligava de novo. Ligou às 5h da tarde: “Seu Edeson não voltou da Globo ainda. Desculpe, não posso fazer nada.” Não tinha celular. E o Mauro, cada vez mais intrigado, ligava para a minha casa e falava com a minha primeira mulher de cinco em cinco minutos: “Quando o Edeson chegar, para ele ligar para mim.” O Magaldi falou comigo: “Edeson, enquanto dr. Roberto não comunicar oficialmente, eu pediria a sua palavra de discricção.” E acabou aí. Fui para casa, jantei e a minha mulher: “Vai tocar o telefone e é o Mauro.” Tocou o telefone e o Mauro: “Edeson, você estava na Globo. O que aconteceu lá?” Eu falei: “Nada, eu almocei.” “Você almoçou de meio-dia às sete?” Aí, o Mauro falou: “Pois eu devo lhe informar que o Walter foi demitido às tantas horas...” Eu falei: “Mauro, você já sabe disso, então foi isso aí. Mas eu não fui parte nem sabia de nada.” Mas é uma história legal, um depoimento legal.

L.H. - E a fundação, enfim, Roberto Marinho tocou...

E.C. - Ah, a fundação. Roberto Marinho tocou e eu acho que estou falando formalmente pela primeira vez que sou o autor da idéia de fazer uma Fundação Roberto Marinho. Eu acho que você não sabia...

I.S. - Não!

E.C. – Ninguém sabe. Foi uma teimosia minha, de pegar estatutos das outras fundações, mandar pedir nos Estados Unidos e fazer o diabo a quatro.

L.H. - Isso nada tinha a ver com o interesse da DPZ.

E.C. - Não, nada. Isso era pessoal meu. Eu achava que a Globo teria uma obrigação – vamos falar da palavra cidadania – de ter uma fundação e usar – naquela época, era maior ainda – o seu poderio em favor de saúde, de educação, do que fosse. A minha fundação não tinha a idéia dos objetivos da Fundação Roberto Marinho. Mas desde que ela fosse de interesse público, como é hoje com o Canal Futura, como é hoje com as campanhas que a Globo faz. A Globo já fazia muito sobre vacinação, ferver água, sarampo... A Globo sempre foi muito ligada a isso pela própria formação do dr. Roberto e porque é um bom negócio. Não deixa de ser um bom negócio você ser a favor das causas nobres.

I.S. - Ah, sim, mas isso não era remunerado. Quer dizer, isso era espaço próprio...

¹⁵⁰ A edição de 9/5/2004 do jornal americano *The New York Times* trouxe artigo assinado por Larry Rohter em que o correspondente do jornal no Brasil sugeria que o presidente Luís Inácio Lula da Silva teria problemas de alcoolismo.

E.C. - Era e não era. De vez em quando eles jogavam a Shell nisso, jogavam a Esso nisso. Mas não da maneira do Chateaubriand, ou joga ou nós vamos para o jornal dizer os podres da Esso. A Globo nunca operou assim na vida. Era só dizendo: “Dr. Roberto ficaria muito feliz se a Shell também...” Tanto que, hoje, os projetos Futura têm 12 ou 15 patrocinadores, entre Bradesco, Itaú, Xerox. Legitimamente, porque tem isenção fiscal e contribui com a fundação. Sem chantagem, sem faca no pescoço, mas em causas muito boas. Da mesma maneira que a Fundação Bradesco mantém 300 escolas no Brasil. Esse Instituto Walter Moreira Sales, de exposições, fotografias.

I.S. - Quando um publicitário trabalha em uma agência, ele tem uma função de dar idéias, dar sugestões para os clientes que vão além da atividade publicitária? Isso é uma praxe?

E.C. - Não, não necessariamente. Não é, até muito pelo contrário. As coisas são muito separadas. É muito difícil você mexer na programação da Globo, na linha da Globo, no jornalismo. Estou falando da Globo porque eu vivi dos dois lados. Através do Magaldi, através do Walter Clark pessoalmente, de tempos antes ainda, muito amigo meu, através de uma série de coisas, eu era um *habitué* da Globo. A partir de 5:30, 6h da tarde, eu ia para lá e conversávamos. Claro, eu metia a minha colher, dava palpite, falava as coisas. Era no auge também do Bruxo, aquele homem de pesquisa, Homero Icaza Sanches. Era no auge disso. O Armando Nogueira tinha trabalhado comigo no *Jornal do Brasil* e era diretor de jornalismo na Globo.

I.S. - Era, então, uma coisa pessoal.

E.C. - Coisa pessoal. Não era assessoria nem consultoria nem jamais em reuniões. Ia-se lá ou para almoçar ou para conversar no fim do dia. Eu era talvez o personagem de fora mais chegado à Globo. Sempre por causa do Magaldi, do Walter, do próprio Otto Lara Resende e outros. Eu era de casa na Globo, como era de casa na Thompson, mais por solidariedade, brincadeira. E quanto a misturar, que era uma preocupação minha, de a DPZ ter condições melhores por ser a agência da Globo e ser uma agência que representava clientes junto à Globo: nem pensar, não passava nem perto. A Globo não misturava, nem o Boni. O Boni só misturava qualidade e som dos anúncios. E gosto. O Boni era muito radical e muito exigente sobre um comercial mal gravado, ruim demais para botar na Globo. Aí vem o padrão Boni de qualidade ou o padrão Globo de qualidade, que se misturam. Isso era uma neura do Boni. Não vale uma agência ou um cliente direto fazer um filme vagabundo e botar na Globo porque ele está pagando. Mas não punha mesmo. Se o som não estivesse bom, os padrões técnicos não estivessem bons - fora de foco, locutor ruim, pouco inteligível, atropelado ou de nível baixíssimo e às vezes até de agressão a concorrente -, por ordem do Boni não entrava. Mas não entrava mesmo!

I.S. - Então, nesse sentido, o veículo teve alguma interferência na produção da propaganda.

E.C. - Demais. Como também a Abril tinha padrões de fotolito. São coisas que a gente vai lembrando aos poucos, da contribuição de Editora Abril, Thompson, McCann e Rede Globo. A Rede Globo moralizou a tabela. Vocês já imaginaram comerciais com intervalo de 50 minutos? A Globo botou ordem no terreiro também nesse setor e de maneira muito rica. Não eram 31 segundos, eram 30 segundos; não ia para o ar com 31

segundos nem com 29. A Globo implantou a obediência ao horário. Primeiro, por exigências técnicas, comerciais. Segundo, por problema de *network*. Nesse intervalo rígido, entravam os comerciais da afiliada da Globo na Bahia ou os comerciais no Rio Grande, da RBS, que eram locais. Então, não valia a novela andar 30 segundos a mais porque tem um bipe, um sinal...

Isso também é americano, também *network* é americana. Toda a formação da televisão é americana, que vem também do cinema americano, que era mais adiantado do que o cinema brasileiro quando chegou a televisão. Saíram os grandes diretores e os grandes iluminadores de Hollywood para as NBC, as CBS. E saíram os grandes roteiristas, os humoristas. Nós aqui não herdamos... Nós herdamos o Grande Otelo, o Oscarito e a Derci Gonçalves para fazer a televisão. Não tinha o grande cinema, tinha alguns abnegados e alguns Paulo Autrans aí, mas não tinha o grande cinema e não tinha o grande teatro. Lá eles tinham a Broadway e Hollywood. Fazer a televisão com o rádio que eles já tinham, com a Broadway e com Hollywood, era *chupt*. A nossa aqui era muito de amarrar as coisas com barbante, que a gente já sabe.

L.H. - Você saiu da DPZ e foi para a Salles, em 79. Por quê?

E.C. – Eu era uma espécie de coringa para substituir alguma coisa que falhava com respeito a almoços de diretores do *Time* ou da CBS, ou quando vinha uma senhora dona não sei do quê. Por causa da ABP, por falar inglês ou por ser mais disponível... Tinha um almoço com alguém ou tinha que tomar um drinque, o representante do *Time* no Brasil falava: “Não tem mais quem arrumar.” Era eu. Caio Domingues às vezes não estava disponível... Pessoas que sentavam e conversavam, que conheciam um pouco dos Estados Unidos e tinham uma conversa... Tinha outras pessoas também, mas o estoque foi acabando porque o *Time* mandava um vice-presidente, depois mandava o editor-chefe, depois mandava um diretor de *marketing*. Coitado do representante do *Time*. Ele falava: “Edeson, desculpe, mas é você de novo. Nós vamos ter que almoçar.” Ou jantar...

O que aconteceu foi que eu fiquei amigo do pessoal do *Time* que, por coincidência, queria parar com o escritório de representação, parar de ter um representante aqui, que almoçava e jantava por conta do *Time* e que viajava pelo Brasil. Queria alguém que tivesse uma empresa, que fosse publicitário e representasse mais ativamente. Eles comentaram isso com o representante do *Time* aqui no Brasil, um sujeito chamado Bertolozzi e falaram: “Olha, Bertolozzi, nós vamos evoluir para isso. Se você quiser montar uma empresa, você vai ser funcionário do *Time*.” Ele ganhava comissão, ganhava até bem.

L.H. - Bertolozzi.

E.C. - Bertolozzi, Carlos Bertolozzi. Ele morreu recentemente. Então, o Bertolozzi falou: “Olha, eu estou fora disso, eu não me adaptaria, sou independente, represento o *Time* a hora que eu quero.” O escritório era na casa dele, ele punha uma garrafa de uísque aqui, passava telex na época para os Estados Unidos, mandava cartas. Ele mesmo ia ao aeroporto mandar os fotolitos para imprimir porque o *Time Latino-america* e a edição Brasil eram impressos em Chicago mesmo. O *Time* é em Nova York, em Manhattan, mas as oficinas do *Time* eram em Chicago.

Eu não sei bem onde, mas o Mauro Salles e o Luís Salles, almoçando com esse pessoal do *Time*, falaram: “Vocês estão precisando de gente, a pessoa seria o Edeson Coelho, que tem um tráfego com as agências americanas, com as agências brasileiras,

ele é o atual diretor da DPZ no Rio. Ele tem um tráfego com anunciantes, com todo mundo.” Inventaram um monte de coisas. O *Time* me procurou e ofereceu essa representação no Brasil. O *Life* já não circulava mais, não tinha *Time-Warner* nem nada, era só o *Time*. Que era outro *private club* de *Sorbonne*. Uma linguagem diferente, pessoas diferentes. Era um sonho, olhar o *Time*. O prédio deles na Sexta Avenida tinha 72 andares, [riso] uma loucura. Era o *Time* da época, pouco depois do Henry Luce morrer. A mulher dele era embaixadora dos Estados Unidos na Itália porque ele era o dono do *Time*.¹⁵¹ Tem um musical sobre essa mulher, *Call me, madame*, uma coisa dessas. Era a mulher do Luce, que seria a mulher do Roberto Marinho sendo embaixadora do Brasil em Londres.

O *Time* me convidou, eu fui ao Duailibi, à DPZ e disse: “Eu estou em dúvida, é um convite maravilhoso...” Roberto conhecia o pessoal do *Time* também, que visitava muito o Roberto, que sempre atendia o *Time* muito bem. E eu falei: “Olha, Roberto, eu gostaria de tentar ficar com as duas coisas e eu comporia uma empresa que representaria o *Time*, eu conduziria a empresa e tudo o que eu quero é continuar na DPZ, passar os meus últimos anos de vida na DPZ” – o que aconteceu. O Roberto falou: “Isso está ok com o Zaragoza, está ok com o Petit, eu não concordo com isso. Se for uma empresa, a DPZ quer participar.” Eu falei: “Isso é melhor ainda. Eu ponho o escritório do *Time* no prédio da DPZ, embaixo, ponho uma pessoa para cuidar do *Time*, e abertamente, eu só tenho que consultar o *Time*.” Porque seria uma agência que tinha interesses... De novo, aqueles conflitos. Consultei o *Time*, um sujeito chamado David Gibson, que falou: “Vou consultar o *board* aqui.” Ligou para mim de volta e disse: “Tudo ok, nós confiamos muito em você e acho que um dia você decide se fica na DPZ ou no *Time*, mas pode começar assim.” Volto ao Roberto e o Roberto falou: “Sim, mas nós queremos maioria.” Eu falei: “Olha, Roberto, o negócio é do *Time* para mim e eu estou dando um pedaço, uma participação nesse negócio para a DPZ por querer ficar na DPZ.” Ele falou: “Ah, mas eu nunca pensei na minha vida em ser minoritário em alguma coisa.” Eu falei: “Então, o que acontece? Eu fico com a representação do *Time*, sou o diretor da DPZ no Rio e você – como o Lula fala: “amanheci invocado e liguei para o Bush” –, você amanhece invocado, me manda embora da DPZ, me manda embora do *Time* e eu fico sem o *Time*, sem a DPZ e é uma coisa da minha vida, muito importante para mim.” Ele falou: “Ah, mas é assim.” O Roberto é muito duro de cintura. Ele não estava de todo errado. E eu falei: “Se é assim, eu estou fora da DPZ agora.” Nesse dia inclusive eu me hospedei e dormi na casa do Roberto no Morumbi, era hóspede na casa dele. Eu não tive tempo de hotel, porque eu fui a ele para fechar o negócio que bestava aqui no Rio. Aí, liguei para o *Time* e falei: “Sou *Time* desde criancinha. Vou cuidar do *Time* e a DPZ passe bem.” Saí no dia seguinte – como sempre eu saio, na mesma... Saí no dia seguinte da DPZ, toquei o *Time*.

O *Time* estava amarrado em anunciantes aqui no Brasil, que seriam o Banco do Brasil, que estava com a Salles, a parte internacional, e aí tinha Embratur, Bradesco, tinha outras coisas. Mas o grande plano que me fez ir para o *Time* era a campanha internacional do Banco do Brasil, que tinha 30 escritórios entre Paris, Milão, Roma, Londres, Nova York, Chicago, Los Angeles, Tóquio. [Em tom jocoso:] Era o Brasil grande no exterior.

¹⁵¹ Henry Robinson “Harry” Luce (1898-1967), fundador das revistas *Time* (1923), *Life* (1936) e *Sports Illustrated* (1954) e do periódico *Fortune* (1930). Em 1935, casou-se com Calre Boothe Luce (1903-1987), jornalista, dramaturga e diplomata, que trabalhou em revistas como *Vogue* e *Vanity Fair*. Foi embaixadora norte-americana em Roma, entre 1953 e 1956.

I.S. - Isso era 79.

E.C. - Setenta e nove, ainda era Brasil grande.

L.H. - O *Time* ia fazer essa campanha do Branco do Brasil?

E.C. - Não, não. O *Time* ia ser o veículo de uma campanha que já vinha sendo trabalhada, que estava na Salles. Para essa campanha, tinham que ser feitos anúncios de página dupla no *Time*: um contrato de três, cinco milhões de dólares, que era muito dinheiro para a Salles, para mim que ia ganhar comissão, para todo mundo. E a Salles, não sei por quê, começou a discutir com o Banco do Brasil as páginas duplas. Discutiu o tema, a ilustração, o texto, depois começaram a discutir que era no *Time*, que era em inglês no mundo todo, mas gostariam de publicar no inglês da Inglaterra na edição do *Time* inglesa, no inglês do Canadá para o Canadá. E depois evoluíram para o francês, os anúncios da França eram em francês, acho que tinha um anúncio para o Líbano, tinha um anúncio em japonês... Você já viu a burocracia do Banco do Brasil, mais a falta de cintura da Salles, na época... Cintura que eu estou falando é: “Vamos lá, vamos resolver esse negócio.”

Eu fiquei no *Time* meio a perigo. Deixei a direção geral da DPZ, não tinha salário no *Time*, eram comissões de negócios realizados e publicados, pagos em dólar, pagos no Citibank, para transferir o dólar para lá, para creditar a minha comissão... Eu fui ao Mauro e ao Luís Salles e disse: “Olha, vocês me fizeram o grande negócio da minha vida ao me darem apoio para ir para o *Time*.” No fundo, Salles também tinha a Souza Cruz, tinha DPZ, tinha mil jogadas. É aquela teoria: estamos contratando um jogador, não importa o que ele venha fazer no nosso time; o importante é que não fique no outro time. Isso eu nunca comprovei e é um pouco de vaidade da minha parte. Mas a verdade é que a DPZ estava explodindo no Rio de Janeiro e era complicado para as outras agências, a avalanche da DPZ atropelando tudo aqui, com Washington, Duailibi e todo mundo. Nós éramos da moda, estava em moda na época.

Eu no *Time* estava à míngua, trabalhando com a Metropolitan de Transporte, que botava um anúncio de 1/8 de coluna e demorava a pagar... Era uma empresa que anunciava para americanos que se mudavam. Queria estar no *Time* e usava a edição latino-americana. A tabela do *Time* era uma bíblia porque eram 200, 40 edições, mais as combinações. Você podia anunciar só em Nova York e Califórnia; Nova York, Texas, Califórnia e Londres.

[FINAL DA FITA 8-A]

E.C. - O nome era *split run*, que seriam tabelas regionais. Imaginem a tiragem de cada país desses misturada no custo por milheiro, essa confusão toda. Mas foi tão difícil saírem os anúncios! A Salles era associada, só associada em troca de experiência e representação, da Benton & Bowles.¹⁵² Mandava os anúncios para a Benton & Bowles, que mandava para a filial em Paris para ver se o francês era coloquial, respeitoso para um banco do governo anunciar. Bom, para encurtar, cinco, seis meses depois, eu pagando aluguel de escritório em São Paulo, escritório no Rio, do meu bolso, aí eu vi o que era veículo pagando almoço e jantar para clientes, mídias e atendimento. Cheguei

¹⁵² A Benton & Bowles foi fundada em 1929, por William Benton e Chester Bowles, e tornou-se famosa especialmente por sua atuação em rádio. Em 1985, fundiu-se com a D'Arcy-MacManus Masius, dando origem à D'Arcy Masius Benton & Bowles (DMB&B).

para o Mauro e o Luís Salles e falei: “Olha, entrei numa fria.” O Mauro ou o Luís falou: “Vamos jantar lá em casa.” Eu fui jantar na casa do Mauro e eles me formalizaram um convite para ser diretor da Salles no Rio, aceitando que eu representasse o *Time*, que era o que eu queria na DPZ.

Convidei o Coelho Neto, meu irmão, que ficou como executivo, e eu fui trabalhar na Salles com uma incumbência que é eticamente complicada, mas o Salles, eu e o Banco do Brasil entendemos: eu fui botar essa campanha para andar. Eu atropeli minha avó, minha mãe, o Banco do Brasil, o *Time*. Em *x* tempo, tinha página dupla no mundo inteiro, com três milhões de dólares em um ano, dois milhões de dólares no outro ano. Eu fiquei o rei da cocada no *Time*...

L.H. - Mas por que você diz que isso era eticamente complicado?

E.C. - Porque eu era da Salles e representava, através de um irmão meu, um veículo. Mas como esse contrato começou a andar durante três, quatro anos, eu não tive muito prurido ético.

L.H. - Esse contato da Salles com o *Time* já existia antes?

E.C. - Não, a Salles era anunciante do *Time* e o Banco do Brasil já tinha feito um ou dois anúncios no *Time*. Era uma campanha mundial que o Banco do Brasil resolveu que tivesse unidade. Então, eram os mesmos anúncios em Cingapura, Hong-Kong e Paris.

I.S. - Só mudava a língua.

E.C. - Só mudava a língua. Não era para mudar a língua. Este foi o meu Waterloo.

I.S. - E você manteve isso?

E.C. - Não, eu atropeli. Mantive tudo em inglês, convenci que o leitor do *Time*...

L.H. - Lê inglês, evidentemente.

E.C. - E lia porque era em inglês. Ele não queria ler um *Time* em espanhol. O anúncio espanhol ia pegar mal no México, ia pegar mal em Honduras. Porque tinha o *Time* América Central, o *Time* México, o *Time* latino-americano, tinha todas as combinações.

I.S. - Mas você não conseguiu fazer isso enquanto estava no *Time*. Você só conseguiu fazer isso...

E.C. - Não, porque eu não podia entrar na Salles e demitir gente, contratar gente, atropelar, mandar fax para a Benton & Bowles, que era a agência. Eu atropeli todo mundo. Ganhou a Salles, ganhou o *Time*, eu ganhei, todo mundo ficou muito, muito feliz, até que os tempos mudaram, o Banco do Brasil começou a fechar as agências no exterior, nos anos 80 e poucos. Aí tinha coisa do Bradesco... Eu consegui também algumas campanhas da Embratur sobre “Visite o Brasil”, “Visite o Rio de Janeiro”.

I.S. - Quer dizer, empresas estatais. A Salles tinha muitas empresas estatais.

E.C. - O Brasil no exterior tinha uma pálida agência do Banco Mercantil de São Paulo na Wall Street nº 3, com um representante lá. Tinha a Varig, que era uma coisa diferente, era meio consulado brasileiro: Varig em Paris, Varig em todo o mundo... Mas que não anunciava muito lá fora; anunciava, mas muito pouco. Tinha Petrobrás no exterior, Companhia Vale do Rio Doce, Companhia Siderúrgica tinha escritório lá fora. O Brasil lá fora, você tirava o café e o Pelé e a Carmen Miranda...

I.S. - Era desconhecido.

E.C. - Nada, não tinha nada. Era um abismo. Não tinha internet, não tinha nada.

I.S. - Mas a Salles tinha algumas agências estatais nessa época, pelo que eu estou vendo. Tinha o Banco do Brasil...

E.C. - Ah, tinha Embratur, Correios, DNER. Não, aí deve-se ao nosso Mauro Salles, que era terrível em Brasília. O Mauro Salles era amigo, consultor do Figueiredo; o homem de imprensa e propaganda do Figueiredo era o Said Farhat, que era amicíssimo do Mauro também. O Mauro é muito insinuante, muito trabalhador. O Mauro, em uma maquininha de escrever antiga até as cinco da manhã... Clareava e o Mauro estava na maquininha. Saía de baixo! Não fuma, não bebe, o negócio dele é fazer uns poemas, aquelas coisas dele, e o resto é batucar em uma maquininha e saía de baixo. Ele e o Isaac Piltcher pareciam Liszt e Chopin no piano, os dois na maquininha. *Tain, tain*, aí o Isaac falava: “Deixa que eu desenvolvo.” O Isaac foi trabalhar comigo na MPM e na Salles. [Riso.] Ele era o meu *ghost-writer*. Quando tinha alguma coisa em inglês complicada, entrava o Isaac. E quando tinha alguma coisa, mesmo em português, o Isaac Piltcher fazia para mim. Ele já morreu também, vendo um jogo de futebol com o controle remoto na mão. De repente, ele morreu. Morreu em 90 ou 91. Foi também um amigo meu...

I.S. - Ele tinha sido do *Jornal do Brasil* também.

E.C. - Tinha o trio Tel Aviv, que eram o Isaac, o Dines e o Naum. Era um trio imbatível de inteligência, de influência em jornal.

I.S. - Acho que você chegou a dizer que o Isaac Piltcher tinha sido do *Jornal do Brasil* na sua época.

E.C. - Foi, foi do *Jornal do Brasil*. Eu levei ele para o *Jornal do Brasil*, onde ele ficou muitos anos. Ele saiu logo depois do Dines e foi parte de um escândalo terrível, ele teria abusado de uma menina, uma recepcionista que deu queixa à condessa. O Isaac Piltcher foi vítima de passeatas até em Paris, da esquerda contra ele. E aí entram duas coisas: a inabilidade do Isaac, a arrogância dele e do *Jornal do Brasil*, do Walter Fontoura, o Dines já não estava. O fato parece que houve mesmo e as feministas, aquelas de plantão de sempre, começaram a campanha do machismo, de como um funcionário graduado de um jornal bolina, toca na mulher. Isso tudo foi meio comprovado, a moça chorou, foi à condessa, a condessa resolveu demitir, o Nascimento Brito não deixou, o Walter Fontoura ficou do lado do Isaac. De repente, o Isaac teve que ser demitido, houve passeata em Paris porque o Isaac foi para Paris para se refugiar das pressões profissionais e pessoais. Ele era casado. Olhem, aconteceu tudo no mundo. Pois em

Paris, por telefone daqui ou por fax, por telex, passaram para Paris, fizeram passeata no hotel em que o Isaac estava, com cartazes na mão.

I.S. - Mas tudo antes da Salles, não? Isso tudo, naquela outra época.

E.C. - Na outra época, no *Jornal do Brasil*. Quando fui para a MPM, eu recuperei o Isaac, botei ele na MPM, botei ele depois na Salles comigo. E aí foi comigo até a morte. Era um troço muito dramático e muito caso Dreyfus, vocês entendem? Porque tinha um pouco de anti-semitismo, um pouco de feminismo histórico, um pouco de verdade também, um pouco de prepotência do *Jornal do Brasil*... Foi muito complicada a minha vida e a vida do Isaac, isso me marcou muito. E ele me ajudava muito intelectualmente também. Era um homem muito culto. Não conheci ainda judeus ignorantes, [riso] e isso não é por causa de vocês duas não, mas realmente não conheci, que não tenha uma noção de música, das coisas importantes de cultura. Vamos lá.

L.H. - Você ficou na Salles de 79 a 82 e foi para a MPM.

E.C. - Aí, já comprando o passe por Souza Cruz. O sujeito que cuidava da Souza Cruz durante mil anos, que é outra figura notória, histórica e folclórica no Rio de Janeiro, era o Abelardo Cid, o Abel. Esse foi o homem que cuidou da Souza Cruz 15 ou 20 anos na Grant Advertising, aqui no Brasil; cuidou da Souza Cruz depois na Salles. Depois de 25 anos cuidando da Souza Cruz, ele foi para a Salles, onde cuidou mais dez anos da Souza Cruz. Quando eu cheguei na Salles em 79, o Abelardo já estava sentado lá, cuidando da Souza Cruz.

L.H. - Ele era um homem de propaganda?

E.C. - Ele era de atendimento. Ele atendia a Souza Cruz onde ele fosse. E ele tinha um conhecimento da Souza Cruz durante 30 anos, daquele sujeito que era motorista de caminhão e se tornou diretor de *marketing*. Todos esses eram amigos do Abelardo, que está na DPZ até hoje. É um sujeito bom de relacionamento, um sujeito útil, legal, leal.

L.H. - Você falou de uma figura notória e que tem essa característica, um cara de atendimento, mas que é um cara da empresa praticamente. Esse cara leva uma conta de uma agência para outra?

E.C. - Antigamente levava, hoje não mais. Hoje seria a exceção. É o cara que geralmente funda uma agência e leva essa conta, mas aí já é um apelo dele, agora é o meu negócio.

L.H. - Funda uma agência própria.

E.C. - É, o que é legítimo.

L.H. - Não é o passe dele.

E.C. - Tinha o passe também. No caso do Abelardo, não. O Abelardo saiu da Grant, praticamente 25 anos de Grant...

L.H. - A Grant é uma agência?

E.C. - É uma agência americana, uma agência estranhíssima. Eles já não existiam nos Estados Unidos e continuaram aqui tirando uma onda de Grant Advertising, com um sujeito que se chamava Tom Barnett.¹⁵³ Ele era o diretor no Brasil, mas a Grant eu acho que tinha uma filial no Panamá, para dizer que era agência internacional, não mais em Chicago. Ele comprou ou ficou aqui como gerente, tornou-se dono aqui. Era Grant, aqui na rua Senador Dantas, onde teve uma escola boa. Inclusive o marido da Tônia Carrero, Carlos Thiré, era um grande ilustrador. Eram o Carlos Thiré, Caio Domingues, Herculano Siqueira, Sangirardi Junior, grandes ilustradores.¹⁵⁴ Tinha a General Electric e umas outras contas. Jorge Medauar, Eliezer Burlá... Um sujeito que depois foi presidente da Grant, não sei, eu acho que se chamava Robert Denison, aí acharam o nome americano e botaram o nome da Denison com o nome desse sujeito que era gerente da Thompson.¹⁵⁵ Bob Sutherland passou pela Grant.¹⁵⁶ Era um negócio complicado.

Então, o Abelardo saiu da Salles... Compraram o passe do Abelardo, não a conta. A MPM ganhou parte da conta da Souza Cruz em uma concorrência notória e não tinha *know-how* nem de cigarro nem de nada. A MPM era o que a gente chamava antigamente de uma agência chapa-branca. Cuidava do Banco do Brasil, cuidava muito bem...

L.H. - De quem era a MPM?

E.C. - Luiz Macedo, Petrônio Corrêa e Antônio Mafuz. Era uma DPZ um pouquinho antes. Eles vieram aqui para o Rio eu acho que em 1957, 58.¹⁵⁷ Eles tinham uma conta de chave, base deles, o resto da vida deles, que era a Ipiranga Petróleo, de gaúchos também. Era Gouveia Vieira... Em 1937, o Getúlio queria botar refinaria no Brasil, então compraram uma refinaria argentina em Pelotas e o advogado que fez o negócio era o velho, na época rapaz Gouvêa Vieira, que acabou tendo uma refinaria em Pelotas, onde começou a Refinaria Ipiranga com os gaúchos, os Tellechea, que era gaúcho basco, e tinha o Bastos, são os donos da Ipiranga até hoje.¹⁵⁸ Era o dono da Ipiranga, era o mais velhinho deles. E o Mafuz eu acho que trabalhou na Ipiranga e montaram a MPM baseada na Ipiranga. Depois vieram Rio, São Paulo e a única conta grande que eles tiveram de sucesso até eu chegar lá – mas não é porque eu cheguei, não –, mas eles tinham a Fiat em São Paulo, tiveram a Pan American; aqui no Rio, era Casas Pernambucanas e as outras eram do governo. Daí a importância da filial em Brasília.

O Macedo era sobrinho do João Goulart, a mãe dele era irmã do Jango, uma coisa assim. A mulher dele é irmã do Brizola.¹⁵⁹ Então, o Macedo era Brizola. Ele é

¹⁵³ Thomas Barnett.

¹⁵⁴ Angelo Sangirardi Jr.

¹⁵⁵ A Denison Propaganda foi fundada no Rio de Janeiro, em 1957, por J. U. Arce e Sepp Baendereck, tendo como embrião a AS Propaganda, uma pequena agência também fundada por Arce e Baendereck no início da década de 1950. Criada como *house agency* ligada ao Grupo Ducal, a agência teria de ser batizada com um nome iniciado pela letra D e seus fundadores achavam que também deveria soar americano. Aproveitaram, então, o sobrenome de Robert Dennison, então diretor da Thompson, que, contudo, nunca fez parte da equipe da agência batizada com seu nome.

¹⁵⁶ Robert Georg d'Amorim Sutherland.

¹⁵⁷ A MPM, agência fundada por Macedo, Petrônio e Mafuz em 1957, em Porto Alegre, abriu seu escritório no Rio de Janeiro em 1959.

¹⁵⁸ João Pedro Gouvêa Vieira e João Francisco Tellechea fundaram a Ipiranga. Francisco Martins Bastos, que se juntou à sociedade mais tarde, foi um de seus diretores.

¹⁵⁹ Luiz Vicente Goulart de Macedo é filho de Eufrides Goulart, irmã do presidente João Goulart e de Neusa Goulart Brizola, esposa de Leonel Brizola (1922-2004), que foi deputado federal (1955 e 1963-64),

Luiz Vicente Goulart Macedo. Ele era parente sanguíneo do João Goulart, era e é. Uma figura também muito legal, muito hábil. Nunca se interessou muito por propaganda e sim pelo relacionamento, pelo negócio e pelas amizades. O Macedo é uma figura que se tornou um gaúcho carioca, desses de tomar chope em bar.

I.S. - Eles tinham Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Embratur...

E.C. - Tinham o que eles escolhessem. Aí, vinha Eletrobrás... E tinha outras contas do governo.

I.S. - Antes, a Salles também tinha várias contas do governo. Essas contas passaram para a MPM?

E.C. - Não. O Banco do Brasil sempre teve quatro, cinco agências. A Caixa Econômica tinha duas ou três. Mas a parte do leão sempre era do Luiz Macedo. O Mauro pulava aqui, beliscava ali, tinha a conta internacional do Banco do Brasil, que era uma conta quase inexistente, depois tinha um lançamento de alguma coisa. O Mauro também tinha um conflito porque a Salles especificamente cuidava do Bradesco. Depois, do Unibanco. E Bradesco ainda continua na Salles.

I.S. - Então, não podia coincidir.

E.C. - Não, conflito não podia existir. Os americanos então, a Coca-Cola não admite bebida em geral. Pode ser leite, a Coca-Cola não admite. Conflito, convergência de público, de conta, de mensagens. Mas são radicais. Coca-Cola, Cera Johnson, que tem uma série de produtos, a gente pensa que é só Cera Johnson, mas tem muito inseticida, muita cera. É muito difícil, você não consegue. Só com trambique e muito perigoso. Custa a cabeça, a conta, contratos leoninos.

I.S. - Essas agências que atendiam contas de empresas estatais também atendiam o governo? Havia o uso de agências de propaganda para fazer propaganda de governo, que não fosse das estatais, nesse período entre 68 e 85?

E.C. - Não, não. Poderia ser que o Mauro Salles ajudasse o Said Farhat na concepção da propaganda do governo Figueiredo, vamos dizer. Eu sei que o Mauro esteve lá, então teria dito ao Figueiredo para tirar os óculos *ray-ban*. Tinha essas contribuições, vamos chamar, no bom sentido, de palpites e conselhos. O governo da ditadura foi muito difícil nisso porque era o pessoal do Palácio do Planalto, onde tinha Rabaça, Said Farhat, tinha aquele general Otávio, que foi famoso também no governo.¹⁶⁰ Tinha uma porção de gente. O Marzagão.¹⁶¹ Não, o Marzagão acho que foi mais Sarney. Não, o Marzagão acho que esteve com a ditadura.

I.S. - Essa gente trabalhava para o governo e não trabalhava para agências.

governador do Rio Grande do Sul (1959-1963) e do Rio de Janeiro (1983-1987 e 1991-1994) e candidato à presidência da República (1989 e 1994).

¹⁶⁰ Trata-se de Carlos Alberto Rabaça e do general Otávio Costa, que chefiou a Assessoria Especial de Relações Públicas (Aerp) de 1971 a 1974.

¹⁶¹ Augusto Marzagão.

E.C. - Era para a Secom, a Secretaria de Comunicação do governo ou o departamento do governo, o que fosse, mas acho que depois virou Secom. A influência em uma concorrência, em uma conta da Caixa Econômica, era diretamente da presidência da República. Começava com uma concorrência, todo mundo lá etc. Mas na hora de bater o martelo, da pontuação, tinha duas agências, submetia-se ao secretário de Comunicação. Na maioria, eu diria, vai ao presidente da República, como ia ao Fernando Henrique. Eu cansei de receber telefonema de fulano dizendo: “O presidente falou, você vai tomar conhecimento de que o Fernando Henrique telefonou para nós aqui, essa conta...” Era complicado o negócio. Eu fui diretor da Embratur e tinha cinco agências. Rapidamente eu passei pela Embratur.

L.H. - Deixa só eu entender. Você foi para a MPM por conta dessa concorrência da Souza Cruz?

E.C. - Não, não, não. Rapidamente: a MPM ganhou a concorrência – eu acho que Minister, Continental, marcas da Souza Cruz. E a Souza Cruz também vivia de projetos. Você trabalhava em um projeto seis, sete, oito anos, entre desenvolver o projeto, a embalagem, a pesquisa, o *positioning*, o racional, aprovar em Londres, vinham os ingleses... Era complicado. Eu fui para a MPM porque, primeiro, eu era, vamos dizer, uma espécie de *expert* com seis, sete anos de DPZ, três, quatro de Salles, e o meu relacionamento com a Souza Cruz... Eu fui convidado pelo Macedo, mas a minha primeira missão, o meu primeiro trabalho foi participar da concorrência da Kaiser, uma cerveja que iria ser lançada por um grupo de revendedores, fabricantes independentes de Coca-Cola, e uma participação minoritária da Coca-Cola.

A MPM do Rio não tinha alguém nos seus quadros ou, se tivesse, estava ocupado em outras coisas... Aqui todo mundo corria atrás da Caixa Econômica, todo mundo atrás do banco. Loteria era um negócio! Quem era um dos diretores da Loteria? Esse marido da Roseana Sarney, como ele se chama? Ele tem um nome árabe.¹⁶² Então, os personagens eram assim. Um outro diretor da Loteria eu acho que foi o Aécio Neves. A Loteria era um cabidão grandão, porque distribui prêmios, verbas e contas... Então, eu fui para cuidar desse projeto e levei alguns profissionais comigo.

L.H. - Para esse projeto da Kaiser.

E.C. - Da Kaiser. Tinha que fazer uma apresentação em nível quase internacional, porque nisso você tinha a Coca-Cola, o presidente da Kaiser era o Armando Morais Sarmiento, que tinha sido presidente da McCann 40 anos seguidos, sabia tudo. Mais o *marketing* da Coca-Cola, que nunca interferiu, mas estava presente nas reuniões. Era o Jorge Giganti, [em espanhol] *Rorre Rigante*... Que figura! Ele está vivo, andando por aí. Muito vivo, aliás. Então, o que acontecia? A MPM precisava trazer alguém para cuidar disso. Não havia disponibilidade de tempo, se havia *know-how* ou não, não sei. E eu fui para a MPM para fazer essa preparação. Levei Sérgio da Mata, que era um sujeito fabuloso de pesquisa da Salles, também muito neurótico, também já morreu – os neuróticos morrem mais cedo. Graças a Deus. [Riso.] Graças a Deus para mim, não por eles terem morrido. Para lá eu levei redatores, diretores, levei acho que o Fábio Siqueira, o Fabinho, levei acho que o Belluchi, que era de atendimento, levei o

¹⁶² Jorge Francisco Murad Junior.

Alvinho...¹⁶³ Não, o Alvinho acho que estava lá, Álvaro Gabriel. Mas levei um bando comigo. Ganhamos a concorrência da Kaiser e atendemos a Kaiser o tempo todo em que eu estive lá. Depois que eu saí da MPM, a Kaiser, por uma série de coisas, resolveu trabalhar com a DPZ, trabalhou uns dez anos com a DPZ.

Quando eu cheguei na DPZ na minha segunda encarnação, em 91, tinha um pedaço da Kaiser ainda. Não me avisaram que a Kaiser tinha se mudado para São Paulo, ia ser da DPZ de São Paulo. E a DPZ do Rio tinha uma conta boa, que era a Kaiser, e um bando de contas desinteressantes. Fui eu para lá de novo. Quando eu cheguei, vi uma nota no jornal: “Kaiser, de malas prontas, transfere-se para Campinas.” A direção de *marketing*, de vendas, tudo da Kaiser foi para Campinas com o Eric Logan, que ia ser o presidente. Ele tinha sido presidente da Kibon no meu tempo, com o Roberto Duailibi. Os personagens, se não morreram, são os mesmos, ninguém sai. A gente se encontra em vários lugares.

Eu fiquei cuidando de contas que não eram de governo. Tinha uma diretoria de atendimento que tinha Casas Pernambucanas, tinha um pedaço da Shell. O Macedo era tão hábil que ele conseguia ser a agência principal da Ipiranga no Brasil inteiro e tinha um pedaço da conta da Shell. Porque o Macedo era amigo do Figueiredo, era amigo do Sarney, era amigo de quem fosse. Amigo legítimo, bom. Macedo era isso, ele tinha esse dom. Tinha e tem até hoje. Hoje ele cuida de cavalinhos, mas deve ser amigo dos cavalos, os cavalos devem gostar dele. [Risos.] Não tinha como não gostar do Macedo porque ele era muito legal. É legal. Então, eu fui assumindo as coisas. Ali já estava, quando eu cheguei na MPM, o Elísio Pires. É outra figura muito legal. Eu fui assumindo, além da Kaiser, Casas Pernambucanas, Itapemirim, de ônibus, essa parte da Shell, a Ipiranga Petróleo. Quem atendia a Ipiranga Petróleo atualmente está casada comigo, a Norma Peixoto, que era uma das diretoras de atendimento.

Então, na MPM, eu seria – apesar de já meio idoso – uma mudança daquela escola de governo, de que o Macedo resolve tudo. Eu fui, vamos dizer assim, o sujeito que gerou, propiciou esse tipo de mentalidade nova, porque eles viviam nisso. À exceção do Elísio, que era uma figura. Mas tinha lá o Hélio Bloch, Iara Vargas, filha de Protásio Vargas – ou um nome desses, meio estranho –, que era um irmão do Getúlio.¹⁶⁴ Depois a gente descobriu que ela era filha de criação desse Vargas. Mas ela era deputada, era tudo isso. O Brizola a nomeou secretária de Educação. Ela cuidava de estagiários na MPM, uns 20 estagiários. Tinha uma seção da MPM de assessoria de imprensa e relações públicas, tinha 18 pessoas com Hélio Bloch. Dezoito pessoas em uma sala.

I.S. - Grande, não?

E.C. - Tinha 325 funcionários no Rio! Porque não tinha computador. Você tinha que compor. Porque a MPM ganhava dinheiro nos editais dessas estatais todas. Onde o Lindoval e o nosso Santos Mello, que sentou aqui nessa cadeira...¹⁶⁵ Só o que eles ganharam de editais da Embratel que eram publicados nos jornais do Brasil, ganharam legitimamente, eles eram agência. Depois, o governo passou uma lei através da Secom, os editais seriam feitos pela Radiobrás, aí todas as agências perderam... Porque era receber o edital da controladoria da empresa, da S.A. Você recebia oito páginas do

¹⁶³ Antonio Carlos Belluchi.

¹⁶⁴ Hélio Bloch (1926-2005), ator, jornalista e autor de teatro. Foi diretor da revista *Manchete* e do jornal *Última Hora*. Trabalhou na agência MPM e também foi consultor de campanhas políticas.

¹⁶⁵ Lindoval de Oliveira e Mozart dos Santos Mello.

Banco do Brasil para publicar em duzentos jornais. Era mandar para o jornal e mandar a fatura. Isso vigorou no Brasil anos seguidos. Os editais eram um escândalo. Não é edital, é a parte legal, a matéria legal. Porque tem convocação de assembléia, publicação da ata, o balanço... O balanço de um Banco do Brasil são 12, 15 páginas; em todas as revistas, todos os jornais. O balanço vem pronto. E a revisão era feita pela contabilidade, pelos auditores das empresas, porque um erro em um balanço dava cadeia em uma S.A. e dava desgaste político. Então, nem a revisão a MPM fazia. *Vruup*, botava para o jornal, pagava e recebia. Para operar isto: Rio, Brasília... Na máquina de escrever, na IBM, para fazer as composições, faturar essas coisas, atender isso e almoçar com esse pessoal todo, tinha 325 pessoas na MPM e eu era uma delas.

Nunca soube, de maneira pública e notória, de nenhum acerto por baixo do pano da MPM. Acredito que pode ter havido, pode não ter havido. Se houve ou não, não há nenhum indício nem nada. Era o Macedo *versus* o Jango, que era tio dele. Trocava de governo, depuseram o Jango, o Macedo se tornou amigo do Figueiredo. Saiu todo mundo, entrou o Sarney e o Macedo ficou amigo de infância do Sarney, da Roseana. Ele preparava a foto da campanha da Roseana. Às vezes, um ministro que era candidato a senador, qualquer coisa, a MPM acabava fazendo. Mas de uma maneira discreta e muito pequena. Seria arrumar um fotógrafo bom para fazer uma foto da Roseana. São coisas assim, não era ir no jornal, fazer a campanha, montar o palanque para a Roseana ou para o Sarney. A MPM era até muito cuidadosa e discreta nisso. Quando fazia, ela pedia que o funcionário fizesse um favor pessoal: “Ah, estão precisando de um redator para redigir um negócio...” Era uma coisa assim. Um dia, o Brizola precisava de alguém para redigir um troço, o Macedo pediu que eu fosse lá, eu fui no palácio ajudar o Brizola. Eu e acho que o Lula Vieira. Não tomamos nem café até meia-noite. E o engenheiro discutia crase. Tragédia. Mas a MPM era muito cuidadosa nessas coisas.

L.H. - Mas havia um contato estreito, de qualquer maneira, com essas instâncias...

E.C. - Não, podia trocar de governo ou de regime. Se trocava de governo, eleito, democrático, por ditador com a tropa na rua, Dops, fuzilamento. E o Macedo continuava amigo de todos eles. Não tem como você manter Caixa Econômica, chamando-se Luiz Goulart! Ele era Luiz Vicente Goulart Macedo. Vocês acham que o SNI, o Figueiredo – o Figueiredo era diretor do SNI antes de ser presidente –, ele não sabia do João Goulart? Do Macedo? Do Brizola?

I.S. - Ele já tinha essas contas antes do golpe...

E.C. - ...durante e depois. E a Lintas comprou a MPM e ficou sem uma conta, sem nada. O Macedo desconfiou que os ventos estavam soprando diferente, ele mais idoso, querendo cuidar dos cavalos, ele se entendeu e venderam a MPM para a Lintas. E veio para cá o Ivan...

[FINAL DA FITA 8-B]

I.S. - Ivan Pinto veio de onde? Ele estava onde?

E.C. - Ele foi diretor da Lintas mil anos. A Lintas comprou a MPM e o Ivan veio ser diretor aqui. E, logo depois, a Lintas fechou, fechou a MPM. Deu tudo errado e aí esparramaram a anedota: “Quer fechar um grande negócio? Convide o Ivan para presidente.” [Riso.] Outro negócio, esse até atribuíram a mim, mas com certeza não fui

eu, é que, quando houve a privatização das empresas, a MPM se deu mal. [Riso.] Porque ela era governo, houve a privatização, a MPM não tinha mais... Privatizaram as companhias telefônicas, Telebrás, a Siderúrgica, a Vale do Rio Doce. E nesse meio a MPM foi privatizada. Eles às vezes tinham muito ódio de mim por causa dessas brincadeiras, mas levavam isso com muito *savoir-faire*.

L.H. - Na verdade, parece que na MPM faltava o Macedo. Quer dizer, passou para outras mãos...

E.C. - Mas ela tinha contas também dos governos estaduais: da Riotur, da TurisRio... Tinham conta de tudo, era com eles mesmos.

I.S. - Por conta do Macedo, por conta da presença dele.

E.C. - Por conta do Macedo. O Petrônio em São Paulo não conseguia nada. Se ele entrasse no palácio do governo, eu acho que eles prendiam o Petrônio. O Petrônio conseguiu a Fiat, que foi uma conta importante, conseguiu a Pan American, conseguiu outras coisas. Mas São Paulo sempre deu prejuízo. O Rio de Janeiro, via Brasília, carregava a MPM Brasil. O prédio da MPM em Porto Alegre, em uma colina com o Guaíba de vista, era um negócio que as agências americanas jamais sonharam em ter. Com um restaurante em cima, que a gente chamava de Churrascaria do Turco, que era a churrascaria do Mafuz. Como todo gaúcho, ele tinha carne... Ele recebia clientes, amigos, imprensa. O último andar era um clube, uma churrascaria, um bar.

O grande sucesso deles, e aí é uma conclusão minha não muito científica, é que o Macedo não saía do Rio, o Petrônio não saía de São Paulo e o Mafuz não saía de Porto Alegre. Eles marcavam reunião em que se encontravam, se respeitavam, são amigos desde crianças, nasceram em Porto Alegre, os três juntos. O Petrônio era gerente ou subgerente da McCann-Erickson em Porto Alegre. Saiu para fazer a agência dele. O Mafuz eu acho que era chefe de publicidade. E o Macedo era locutor de corrida de cavalo, uma coisa assim lá no Rio Grande. Era complicado. Mas os três muito gaúchos, o pai do Macedo acho que tinha uma rede de distribuição de cinema no interior do Rio Grande. Não sei, eu não tenho sabido do Mafuz, soube que ele está muito doente, ele deve ter uns oitenta e tantos anos. O Mafuz era uma dama, um sujeito muito hábil.

O Petrônio virou paulista e não virou, ele ficou um gaúcho paulista e teve uma grande influência na Abap, na legislação. O Petrônio foi muito, muito importante. Ele fundou a Febrasp, que era a Federação Brasileira das Agências de Propaganda de São Paulo ou do Brasil. Essa Febrasp foi que influenciou a lei depois. No decreto inicial do projeto Almino Afonso e até o finzinho, a ABP era associação de utilidade pública e, como tal, era a primeira a ser consultada em dúvidas, concorrências, coisas do governo, problemas éticos etc. Isso saiu da ABP e foi para a Febrasp, através do Código de Ética ou normas-padrão. Eu tenho tudo isso em livro e vivi isso na época, mas hoje não estou mais ligado a isso. Mas o Petrônio foi uma grande figura nisso. A gente chamava de coronel Petrônio. E era... mas muito bom, o Petrônio.

Os três eram muito bons nessa coisa. E o grande negócio, diferente da DPZ: em vez de eles ficarem se engalfinhando, o Macedo era dono daqui, imperador supremo, o Petrônio em São Paulo e o Mafuz em Porto Alegre. E eles se encontravam uma vez a cada seis meses ou por ano, se falavam muito no telefone, eram muito amigos. Mas eram estranhos no *business*. Nada a ver, nunca vi ninguém da MPM aqui no Rio, alguém de São Paulo nem de Porto Alegre. Nunca na vida. E lá tinha notórios. Acho que o Sérgio Graciotti... Tinha um timaço na MPM de São Paulo e tinha alguns em

Porto Alegre, entre eles o Veríssimo, o filho. O Luís Fernando Veríssimo foi redator da MPM em Porto Alegre. Aqui tinha um bando de gente, de amizade do Macedo, que não trabalhou diretamente, mas ajudava muito ele, tipo João Saldanha e outros. Aquele Osvaldo Alves, esse que foi da MPM e era um comunista terrível, mas um bom escritor. Eram os amigos do Macedo, como era a Iara Vargas, como eram outros.

I.S. - De todos os partidos e todos os governos.

E.C. - Misturava tudo. Você pode misturar Shell com João Goulart, que queria botar a Petrobrás encampando as empresas de petróleo no Brasil? Pois o Macedo estava no meio da Shell, no meio da Petrobrás. Não tem como você analisar o Macedo. É um fenômeno como qualquer outro desses fenômenos que, se você for analisar direito, você fala: “Não dá.” De sobrevivência. E não tinha nada: seco, falava pouco, devia trabalhar em silêncio.

I.S. - E era gaúcho, não era mineiro. [Riso.]

E.C. - Ele estava na contramão em tudo. E todo mundo gostava dele e gosta até hoje. Ele saiu inteiro, muito rico, muito legal. Está muito bem, o Macedo. Ficou mais novo depois de vender a MPM. Ele fazia festas de aniversário de restabelecimento de saúde. Do quê? De uma égua. Onde ele fazia a festa? Na MPM. [Risos.] Ele falava [imitando]: “Edeson, termina o expediente mais cedo hoje porque eu tenho aqui uma festa com amigos. E veja para mim aí garçons...” Aí, servia aquela coisa toda no jardim da MPM. Era o restabelecimento de uma égua dele. Para vocês terem uma noção da figura que era o Macedo. O negócio dele era cavalo, como todo gaúcho. Ou eles são pilotos da Varig ou são cavalos.

L.H. - Têm que estar dirigindo alguma coisa. Você foi para a MPM para fazer essa mudança para o lado mais de empresa privada. E você saiu de lá para trabalhar para o governo do estado do Rio?

I.S. - Moreira Franco.¹⁶⁶

E.C. - Não. Depois do negócio do *Time*, eu fiz um fundo de reserva para ter direito a fazer minhas brincadeiras, minhas piadas. Achei que eu tinha que ter um dinheiro qualquer que desse para eu viver, como estou vivendo hoje. Eu falei com o Macedo, isso foi em 86, acho que eu tinha 56 anos: “Macedo, estou pensando em me aposentar.” Ele falou: “Ah, eu também. Todos nós temos que nos aposentar.” Eu já tinha um despachante que estava me vendo INSS, mas a minha intenção era fazer alguma coisa, menos lecionar propaganda, mas fazer alguma coisa útil, o que fosse. Não ficar parado. Eu conversei com o Macedo e ele falou: “Ah, eu também estou pensando em me aposentar – acho que era uma quinta-feira –, todos nós temos nossos planos, senão a gente morre nesse negócio. E você pretende se aposentar quando?” Eu falei: “Amanhã.” “Edeson, você é que sabe.” O Macedo não convencia as pessoas de nada, ele era muito suave. E aí, no amanhã eu parei e fui embora. Fui embora da MPM, comecei a reformar uma casa que eu tinha em São Conrado, comecei a fazer umas coisas quando o Macedo me telefonou, dizendo: “Olha, o Moreira Franco...” [Riso.] O Macedo cuidava também

¹⁶⁶ Wellington Moreira Franco, deputado federal (1975-1977 e 1995-1999) e governador do Rio de Janeiro (1987-1991).

do Moreira Franco, da eleição, de tudo, da publicidade do estado. Mas o Macedo não ia a palácio, não fazia nada; ele cuidava, tinha gente que cuidava.

L.H. - Não era a MPM que fazia a campanha do Moreira Franco?

E.C. - Política não, política não. Aí, ele inventava o Gadelha, que era redator, para fazer uns anúncios: “Vai lá no comitê do Moreira, tira uma licença daqui...”¹⁶⁷ Se o Macedo pagava essa pessoa que estava licenciada por fora... O Elísio Pires saiu para fazer a campanha do Moreira Franco, especificamente. De repente, tinha um sujeito trabalhando em uma campanha e ele tinha deixado a MPM. Claro que, se não desse certo, ele voltava para a MPM ou não voltava.

Então, eu saí da MPM para parar. Eu, o Sílvio Caldas, Pelé, Frank Sinatra, a gente pára e depois começa de novo. Aí, o Macedo me telefonou dizendo: ‘O Moreira Franco está precisando de uma pessoa assim, assim, assim, que fosse também um pouco de imprensa.’ O Moreira estava se desentendendo com a Belisa Ribeiro, que era... Ela não era *enfant gâté*, mas era a Belisa Ribeiro na época. E aí, misturava Paulo Marinho, Maitê Proença, Moreira Franco, todo mundo. Era uma vida palaciana. Tinha um monte de gente lá, em roda do Moreira Franco, que para mim se revelou um grande executivo. Incrível, ele dirigia reuniões de agência como se fosse o Sarmento na McCann-Erickson. Incrível. Uma surpresa para mim, o Moreira Franco, que era casado com a filha do Amaral Peixoto, que era casado com a filha do Getúlio Vargas. Era complicado. Era Darci do Amaral, Darci Vargas.

L.H. - Darci, mãe de Alzira, mãe de Celina, esposa de Moreira.

E.C. - É, esposa de Moreira. Então, esse palaciano já vinha de berço, da Celina, de todo mundo. Eu fui recomendado, não conhecia Moreira Franco. Falei assim: “Macedo, eu saí fora do ramo.” Ele falou: “Não, vai lá, conversa com o Moreira Franco, ele é uma pessoa encantadora.” Conversei e o Moreira falou: “Olha, eu tenho esse cargo aqui, queria que você fosse secretário de Comunicação do governo. Mas por problemas de *Diário Oficial* não posso nomear agora, você é DAS.” Aquelas coisas de governo que eu nunca entendi.

Entrei lá, chamei as agências, tinha eu acho que Denison, MPM, tinha outras que eram agências do governo por licitação, por concorrência. Comecei a enquadrar tudo, fazer todo esse troço. Tinha uma sala impossível, perto daquela igreja no palácio. Acho que estava chegando o verão, então eu chamei lá um aspone do governo e falei: “Olha, eu queria ar-condicionado na sala.” “Impossível. O orçamento já está fechado, não tem ar-condicionado. O governo não tem apropriação de verba.” Eu falei: “Bom, então eu tenho uma solução. Vou botar um ar-condicionado do meu bolso e, se algum dia eu sair daqui, levo o meu aparelho. Porque eu vou morrer, em uma sala sem janela no verão.” Ele falou: “Impossível, não se pode alterar um patrimônio do estado.” Eu falei: “Ih, meu Deus do céu.” E aqueles problemas: tudo que você tinha que fazer tinha um empenho de verba. Eu nunca tinha... Eu passei perto do governo no Escritório Comercial em Nova York, que não era o governo daqui. Era impossível você trabalhar no governo. Aí, o Moreira nomeou e desnomeou alguma coisa que eu não gostei, eu entrei na sala dele e falei: “Moreira, eu estou aqui trabalhando para você como amigo...” Porque era um salário simbólico: se você não é corrupto, você fica ali trabalhando por... Seria o correspondente hoje a R\$1.632,27 para pagar a condução. E o

¹⁶⁷ Francisco Hayle Gadelha.

Moreira enfrentando greve de professoras, passeatas. E eu segurando essas coisas todas com imprensa, com gente e tudo. A Belisa ainda continuou fazendo algum serviço meio *freelance* e umas outras pessoas. Ele não desmontou a Belisa, que é muito inteligente, muito viva.

No meio disso, o Moreira aprontou uma no *Diário Oficial* que não é pertinente ao assunto. Eu não lembro o que era. Quando vi aquela nomeação, achei aquilo muito estranho, entrei em uma reunião do Moreira e falei: “Moreira, parei aqui, muito obrigado.” Ele estava também... Eles sempre estão fumando um charuto quando eu chego para pedir demissão. [Riso.] É uma fatalidade, porque eu tenho pavor de charuto. Eu botei a mão efalei: “Moreira, para não ficar comprido o negócio, passar bem e até logo.” E tinha uma reunião, ele não deu a mão, eu fiquei com a mão no ar, voltei. Encerrei minha carreira. Catei minha caneta, eu sempre tenho a minha sacolinha e fui embora. Fui embora e depois encontro com o Moreira no Antiquarius, não sei onde, ele: “Meu líder, meu amigo.” Aí vem o político. Eu falei: “O Moreira vai cuspir em mim.” Não, ele me encontra, faz festa. É outro estofo. É engraçado isso. Ele podia dizer: “Não cumprimento esse cafajeste.” Ele ainda era governador. Aí ele fez a maior festa comigo.

O Rubem Medina andava muito com o Moreira, era muito amigo do Moreira também. A Artplan tinha um pedaço da conta. Acho que eram Artplan, DPZ, MPM... Não, a DPZ não tinha. Era MPM e não sei quem mais.

I.S. - Denison, você falou.

E.C. - Denison. Eu fiz uns filmes, umas vacas andando no largo da Candelária, umas vacas na Presidente Vargas, não lembro o que era, se era vacinação de vaca ou leite para pobre. [Risos.] Olhem, foi um período... Eram 9h da noite e eu falava: “Estou cansado e vou embora do palácio.” Quando você passava naquela guarita, o segurança falava: “O governador quer falar com o senhor e pediu para o senhor não sair.” Já eram 9h da noite e eu voltava para o governador, ele estava lá com uísque, um monte de gente. Isso ia até 3h da manhã. Era o governo, ele morava no palácio. Você estava no Palácio Guanabara com o governo. Então, foi complicado. E eu acho que, como governador, ele morou no Palácio das Laranjeiras. É, os jantares eram no Palácio das Laranjeiras.

Até uma vez, foi um negócio muito engraçado. O Medina falou: “Wellington – íntimo tem que ser o primeiro nome –, eu queria de novo voltar a esse assunto...” Estávamos o Caio Domingues, eu, o Moreira convidou um pessoal para um jantar, para conversar sobre um problema político, acho que era de segurança, educação. Diz o Medina: “Wellington, tenha paciência, vou repetir e falar...” O Medina é muito incisivo também. Ele acabou de falar, era um jantar meio formal, meio informal, e o Moreira falou: “Medina, a última vez que você me deu um conselho foi para garantir em palanque que acabaria a violência e a criminalidade no Rio em seis meses. Eu já estou aqui há não sei quantos anos e estou muito envergonhado de ter falado isso que você me convenceu. Eu pediria a você que não fale mais nada.” [Riso.] Eu falei: “Meu Deus do céu!” O Moreira é também muito irônico, muito cínico, muito mordaz. Extremamente inteligente. A gente se surpreende com o Moreira, ele é muito inteligente, muito vivo, muito ligado. Não é o político sorvetão na testa, eleito porque era cunhado de não sei quem. A gente não pode subestimar o Moreira. Ele é incrível no negócio.

Eu saí do governo, estou andando na rua e quem me liga? Luiz Macedo, dizendo: “Edeson, um amigo meu foi nomeado presidente da Embratur no lugar do João Dória.” Era o Pedro Grossi, que hoje é vice-presidente do *Jornal do Brasil* e antes tinha representado o Brasil em café. Era um *socialite* muito querido, muito importante, muito articulado. “Ele não entende de turismo e queria que eu indicasse para ele um diretor de

marketing, que cuidaria de publicidade, comunicações, estandes, feiras, publicações, folhetos.” Era um mundo, era um prédio naquela praça onde era a *Última Hora* antigamente, com 12, 13, 14 andares. Aqui no Rio tinha umas 1.300 pessoas. Lá fui eu para a Embratur, que é uma história incrível também, se contar.

I.S. - Você foi para a Embratur?

E.C. - Fui, como diretor de *marketing*, doméstico e internacional.

I.S. - Nesse mesmo ano. Você saiu de lá e foi direto.

E.C. - É, nomeado pelo Sarney. Na Embratur, foi também inenarrável a burocracia. Em *marketing* e comunicações tinha umas 115 pessoas, eu consegui conhecer cinco. Cada governo, cada presidente, cada ministro, cada senador tinha nomeado um cupincha ou uma namorada ou o filho de fulano. Então, se tinha 120 pessoas, trabalhavam cinco em *marketing*. E tinha 1.200 pessoas ao todo, em um prédio meio vazio, cuidando de licenciar hotéis, pequenos expedientes, três estrelas aqui, duas estrelas acolá, empresa de ônibus, concessões, transporte, turismo. Era muito...

Eu tive uma viagem boa, cuidando da participação do Brasil em um congresso mundial de turismo da Asta, que era uma associação mundial de agências de viagem, em Budapeste.¹⁶⁸ Mas esse presidente da Embratur convidou mais dois: Ricardo Amaral e Zózimo Barroso.¹⁶⁹ [Riso.] Começaram a beber no aeroporto daqui, continuaram bebendo em Budapeste e voltaram para cá sem saber em que país estiveram. Em Frankfurt, onde parou o avião, o Zózimo e o Ricardo Amaral queriam porque queriam tomar aquele trem da Agatha Christie, o Orient Express. E eu falava com eles: “Não passa aqui.” Eles queriam ir para Budapeste pelo Danúbio. [Risos.] Era uma loucura. Não souberam a cidade em que estiveram. Mas olhem, foi tão engraçado. E eu lá cuidando do congresso, do estande brasileiro.

L.H. - Eles estavam nessa viagem fazendo exatamente o quê?

E.C. - Convidados. Eles eram jornalistas. Se você quiser ficar bem nas colunas, fale com o Ricardo Amaral. O Ricardo tinha as boates, os Hippopotamus e por ali vinham todas as notinhas possíveis. Ele controla isso até hoje. O Ricardo é incrível. E como eram muito meus amigos, o Zózimo já era meu amigo também por causa de jornal, do Isaac Piltcher, que era o grande amigo do Zózimo.

E a segunda fase foi uma reunião, um congresso da Asta ou da Associação Brasileira de Agentes de Viagens, em que se convidou os grandes operadores de turismo dos Estados Unidos, das associações americanas, os ingleses, os canadenses etc. Era uma reunião na Bahia, em Salvador, que tinha candomblé, danças, músicas, mulatas, capoeira, e tinha sessões, reuniões de interesse comercial. E o presidente da Embratur, esse sr. Grossi, convidou os principais operadores para um drinque na suíte dele, ele queria recebê-los e ter uma conversa pessoal. O que seria extremamente positivo e legítimo, se não fossem dois problemas: ele era novo na Embratur, não entendia nada de turismo, nada, nada, nada, e não falava inglês. Convidou todo mundo e chegou para mim e falou: “Edeson, você fala inglês, segura as pontas aí que eu convidei esse pessoal para tomar um drinque de sete às nove da noite na minha suíte.”

¹⁶⁸ American Society of Travel Agents.

¹⁶⁹ Zózimo Barroso do Amaral.

Fiquei eu lá, dublando. Ele encheu o peito, todo mundo com copo na mão... Eram aqueles operadores de turismo, que é outra raça brabíssima, muito pior de que publicidade, seguros ou qualquer negócio. É um pessoal da pesada, que sabe comissões de hotel, chuva, vento, ditador, sabem tudo sobre cada país. Esse Pedro Grossi fez o seguinte discurso: “Sou o novo presidente da Embratur e quero botar à disposição de vocês...” Ele parava e eu falava: “Ele é o novo presidente da Embratur.” Vocês calculem o que é isso para um sujeito que é presidente do serviço de turismo do mundo e não fala inglês. E nem comportamento próprio da etiqueta daquela reunião, negócio de dar cartão, aquelas coisas de americano, internacional. A certa altura, ele falou: “Quero colocar à disposição de vocês a beleza de nossas praias, nossas matas, nossas cachoeiras, com um senão muito importante.” Eu falei: “O presidente diz que tem apenas uma condição importante.” Ele falou: “Não vendemos nossas mulheres, que não são prostitutas.” Eu, traduzir? Ele falou: “Porque isso é uma indignidade, não vou permitir, nem que seja por polícia. Não haverá tráfico de escravas, de prostitutas, prostituição de menores de idade porque vocês americanos...” Ele fez um discurso. Quando acabou de falar, eu falei: “O presidente quer dizer a vocês que coloca as praias à disposição, está aqui um folheto para cada um.” [Riso.] Fica difícil, fica difícil você ser diretor de *marketing*.

Ele era nomeado por aquele deputado famoso de São Paulo que dizia: “É dando que se recebe.” Depois ele morreu.¹⁷⁰ Era nomeado por ele. Porque o Pedro tinha sido agente do IBC para venda de café em Madri, onde ele morou muito tempo. Ele aparece muito na sociedade e agora o *Jornal do Brasil* nomeou ele vice-presidente.

Na Embratur, chegou uma época em que o Pedro Grossi chegou à conclusão de que: “O meu antecessor era um ladrão, só tinha trambiques aqui dentro, então essas faturas que venceram da Alcântara Machado, DPZ, não sei o quê: não pago, só pago em juízo. Eu não reconheço esses anúncios, não sei se eram legítimos, não sei se foram publicados... Não pago.” Pilha de faturas. E eu, diretor de *marketing*, tendo trabalhado na MPM, que era uma das agências, Alcântara tinha outras faturas, eu não trabalhei na Alcântara, mas tinha faturas que eram da Rede Globo via Alcântara Machado, para anunciar o Brasil, passaporte-turismo, convenções, congressos. Anúncios com comprovantes. “Não pago, não assino e já avisei o tesoureiro. Ninguém paga.” Eu falei para ele: “Não precisa pagar. Muito obrigado. Foi um prazer. Até logo.” Porque dar um beijo em cinco agências das maiores do mundo... Aí ele falou: “Eu pago, mas você assina.” Eu falei: “É comigo mesmo.” Mas eu não sabia o tamanho. Fiquei dois dias até quatro da manhã. Era uma pilha! Para efeito de contabilidade de governo, você tinha que assinar o anúncio, o comprovante, a fatura, mapa de irradiação. Falei: “Deixa que eu assino.” Assinei tudo e fui embora. Pagou-se todo mundo e acabou aí. Ele achava que o João Dória era um ladrão, que o outro era um trapalhão, o outro era não sei o quê... “Eu não assino. Não assino e não deixo pagar.” “Você não deixa pagar, eu vou embora agora e vou abrir a boca.” Ele falou: “Então assina você.” Eu falei: “Baixa uma portaria e me dá a caneta.” E comecei a assinar. Assinei todos e fui embora.

Então, é difícil contar por que eu saí da Embratur, por que eu saí do Moreira Franco. [Riso.] São histórias que eu não sei nem se precisa registrar isso porque elas não são brilhantes por coisa nenhuma. Isso retrata o Brasil. Não é novidade como funcionavam as repartições públicas ou como funcionam de alguma maneira hoje. Vocês acham que o Garotinho é diferente do Moreira, a Garotinha é diferente do Antônio Carlos, o Antônio Carlos é diferente da filha do Sarney no Maranhão? Eu fico falando essas coisas aqui porque acho que elas são folclóricas, são engraçadas, mas não

¹⁷⁰ Roberto Cardoso Alves.

é que eu sou o sério e honesto, e todo mundo é incompetente, analfabeto, corrupto. Eu não sei se é bom isso estar aí ou não estar aí. Vocês decidem. Não estou preocupado com o que eu estou falando, estou só dizendo que não é pertinente à história da propaganda, a um depoimento, nada disso. Mas propaganda do governo que eu vi foram essas três: Brazilian Government Trade Bureau, do governo Moreira Franco e da Embratur.

I.S. - E depois disso voltou para a Salles.

E.C. - O Luís Salles começou a conversar comigo num restaurante ali no Aterro. Eu falei assim: “Luís Salles, você está interessado na Embratur e eu já estou praticamente saindo de lá.” Ele falou: “Nós gostaríamos que você voltasse para a Salles, para ser o vice-presidente da empresa aqui no Rio.” Eu voltei para a Salles e andei lá uns quatro anos, três anos, não sei quanto. Com IBM, Bradesco, Carrefour...

I.S. - Brahma.

E.C. - Brahma. Aí, a Brahma já virou AmBev e a Salles dançou.¹⁷¹ Foi uma injustiça muito grande para o Mauro Salles, mas dançou. A IBM estava na entressafra, anunciando muito pouco. Bradesco Seguros... Saiu tudo da minha mão. Eu sou o rei de pegar foguete [riso] já marcado e só eu não sabia. Conhecem aquela história do Gardelon do Jô Soares: “Roberto Carlos ia cantar naquele auditório lá e resolveu não ir. Você vai lá por 50 reais e canta no lugar do Roberto Carlos.”¹⁷² Geralmente era eu que entrava nessa. Sem má-fé dos dois lados. Mas era uma bomba retardada. A Salles já estava desgastada na Bradesco Seguros. E eu na Salles, vivo, trabalhando lá 20 horas por dia...

Ah, na Salles houve o seqüestro do Luís Salles, que inaugurou a primeira temporada de publicitários seqüestrados; depois foi o Washington Olivetto, Medina e o filho do Geraldo Alonso.

O Roberto Duailibi me procurou de novo e o Petit ligava [riso] para mim de noite, para a minha casa, dizendo: “O Turco vai te convidar, seja paciente, atenda o telefone do Turco que ele vai te convidar para voltar para a DPZ.” As coisas não estavam bem na Salles na minha gestão. Estou falando não do relacionamento pessoal com o Salles, eu sou quase adotivo do Salles, da família, dos filhos, da mulher, de todo mundo. Eu gosto muito deles e eles gostam muito de mim até hoje. Eu falei com o Luís Salles, de novo. “Você quer sair quando?” Eu falei: “Agora.” Sai agora, acho que era uma sexta-feira.

I.S. - Ele já estava acostumado?

E.C. - É, porque você fica esquentando e essas crises são dolorosas para você, para a secretária, para cliente, o jantar de despedida, o discurso, a carta... Olhem, eu não tenho uma dessas. Não tenho uma dessas, nem no meu casamento, que foi profundamente injusto, com quem eu estive casado etc... Eu saí andando: “Vou embora.” Às vezes

¹⁷¹ Em 1º de julho de 1999 foi anunciada a criação da AmBev, Companhia de Bebidas das Américas (Companhia de Bebidas de Las Américas, American Beverage Company), resultado da fusão da Companhia Antarctica Paulista e da Companhia Cervejaria Brahma. Multinacional brasileira, a empresa surgiu como a terceira maior indústria cervejeira e a quinta maior produtora de bebidas do mundo.

¹⁷² O personagem Gardelon, de Jô Soares, usava o jargão: “Mui amigo!”

demora 38 anos, às vezes demora cinco horas, dependendo da contrapartida. E aí, fui para a DPZ e fiquei na DPZ até me aposentar.

L.H. - Dez anos.

E.C. - E foi a maior enxurrada de clientes novos, de vitórias em concorrências. A DPZ passou a ser a primeira agência no Rio. Eu tenho realmente muito orgulho da minha passagem pela DPZ na segunda vez. Nós ganhamos praticamente todas as concorrências em que entramos. Quem ligava muito para mim brincando era o Armando: “Você vai entrar, nós não entramos.” [Riso.] Mas muita camaradagem, ele e o que cuidava de administração, como ele se chama?

I.S. - Calazans.

E.C. - O Calazans, que era outra figura.¹⁷³ Então, tinha esse negócio, com o Mauro Matos. Quer dizer, eles cumprimentavam pela vitória, mas dizendo: “Na próxima, vocês não entrem que nós entramos.” Era uma bola-de-neve. Você ganha uma coisa, fica famoso, ganha outra e ganha outra e ganha outra. O mérito era começar a virada porque eu cheguei com a saída da Kaiser, não da DPZ, do Rio. E a ilusão da Sidney Ross, que era cliente da DPZ e nunca começou. Estamos falando de Sonrisal, Melhoral.

I.S. - Laboratório.

E.C. - Os laboratórios fizeram mais fusões e confusões do que as agências, entre os europeus, os alemães, laboratórios franceses, os americanos, as patentes, os antibióticos, os remédios da última geração... Não sei o que é a Sidney Ross hoje. Vai ver que se chama Sidney Ross. Uma vez eu descobri que a Enciclopédia Britânica durante um tempo pertencia à Sears. A Kodak tinha o controle não sei do quê. São misturas de Wall Street ou *taking over* ou fusões muito complicadas para nós mortais tupiniquins.

Essa escalada da DPZ, uma série de coincidências, muita sorte, muito trabalho. A DPZ saiu de uma conta e nós ganhamos em concorrência, inclusive contra McCann-Erickson e outras, nós ganhamos a McDonald's, depois nós ganhamos revendedores Volkswagen, depois ganhamos a Unimed. Depois não, estou falando em uma seqüência. Depois ganhamos o BNDES, no auge da privatização de companhia siderúrgica, era aquela derrama de anúncio na imprensa. O BNDES continua até hoje na DPZ.

Depois ganhamos a BR Distribuidora, que era Petrobrás, depois ganhamos a outra Petrobrás, com a primeira nota de 99,9, uma vitória muito bonita. Entre Fernando Henrique, Antônio Carlos Magalhães, governadores, o telefone foi até as cinco da manhã antes de a Petrobrás anunciar o resultado da concorrência. Foi a mais complicada e política que eu vi na vida. E eu não tinha ninguém e eles ligavam para mim às duas da manhã dizendo: “O Fernando Henrique voltou atrás e a conta vai para não sei para quem.” Porque tinha Propeg, politicamente ligadíssima a grupos baianos, o senador forte na época do Fernando Henrique era o ACM. Eu estou falando da Propeg, mas nunca vi um documento do ACM com a Propeg.

O Roberto Medina era ou tinha sido o presidente da Comissão de Finanças do Congresso, da Câmara dos Deputados.¹⁷⁴ Ele era um dos deputados tradicionais do Rio

¹⁷³ José Antonio Calazans.

¹⁷⁴ Rubem Medina, deputado federal com sucessivos mandatos entre 1967 e 2003, é irmão de Roberto Medina, dono da Artplan. Rubem foi presidente da Comissão de Economia, Indústria e Comércio da

de Janeiro e negociava pareceres na Comissão de Finanças e Economia, da qual ele era ou o relator ou o presidente, pelo partido dele. Então, negociava com o governo, recebia, falava. O Medina pressionava o irmão, o Fernando Henrique ligava... Olhem, chegou uma hora que eu falei: “Não atendo mais telefone. Vou para lá e vejo o que a Petrobrás anuncia.” Então, começou: “Primeiro lugar, com tantos pontos, DPZ.” Aí, deu aquela...

Eu não era muito desse ramo e o Duailibi supostamente estava queimado em Brasília, aquelas coisas: “Fulano está queimado.” “Mauro está queimado.” Quando nós ganhamos a Petrobrás, veio outra avalanche de contas. De Cultura Inglesa... Mas um monte de contas, a ponto de, para comunicar à matriz, eu fazer uma escala. Eu não comunicava toda dia outra conta. Eu esperava baixar uma semana e mandava, dizendo “Festas, parabéns para todo mundo, acabamos de ganhar a conta tal.” Quando apareciam duas em um dia, eu segurava. [Riso.] Tinha muitas contas de *shopping*, de outras coisas andando por aí. Então, a DPZ foi uma coisa...

L.H. - Fechou com chave de ouro.

E.C. - E muito alegre também.

I.S. - E você se aposentou de lá?

E.C. - De lá. Naquele famoso fax, *e-mail* que eu mandei para eles: “Duailibi, Petit e Zaragoza, decidi não trabalhar mais na DPZ. Obrigado, até logo.” Para ficar irreversível, mandei para todos os jornais, o Boechat publicou. Eu tenho isso, até tenho vontade de botar isso em um quadro.

I.S. - Mas por quê? Teve uma briga?

E.C. - Veio um memorando complicado e eu ia fazer 72 anos em maio, estava com 71 anos e dez meses, foi em março. Mandei para eles, joguei na imprensa e fui embora. Eles nunca mais falaram comigo, eu nunca mais falei com eles, nunca mais passei na DPZ daqui. Mantive os amigos, Fred Coutinho e outros que ficaram. O Roberto ligava para cá insistentemente, perguntando o que tinha acontecido, que ele não sabia, que o memorando não era dele. O Petit estava em Barcelona, não era com ele. O Zaragoza ligou para a minha casa, dizendo: “Vocês arrumam essas confusões, só você perde, você vai embora.” Eu não queria papo e acabou aí. Eu já tinha feito uma casa em Araras, comecei a morar em Araras e acabou aí. Mas na DPZ fez-se muita coisa no Rio de Janeiro em termos de campanhas, de equipe boa, criação boa.

L.H. - Eu ainda tenho uma ou duas perguntas.

E.C. - Não, a minha preocupação é com vocês.

E.C. - Se eu estou trabalhando animado, vou até as cinco, seis da manhã sem almoçar. É uma neura também minha, de não misturar as coisas, dizer: “Agora, vamos todos

Câmara dos Deputados. *Dicionário histórico-biográfico brasileiro pós-1930* (2ª edição revista e atualizada, coord. Alzira Alves de Abreu, Israel Beloch, Fernando Lattman-Weltman e Sérgio Tadeu de Niemeyer Lamarão. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, 2001

almoçar.” Eu fiquei com essa aflição de acabar as coisas. Seja uma carta, uma campanha, qualquer negócio desses.

L.H. - Realmente, você nunca foi funcionário público. É o anti.

E.C. - Foi um mal-entendido dos dois lados, meu e do governo. Realmente não daria jamais na vida... É muito difícil.

L.H. - Você mencionou isso como um tema, a gente acabou não falando, mas eu acho que é importante, pelas relações, por toda a discussão mais recente sobre ética na propaganda e coisas que tais.

E.C. - Perigoso terreno da ética na propaganda. Os que tais são piores. É da natureza humana.

L.H. - Você mencionou várias vezes a relação com a Souza Cruz. Enfim, toda essa questão da propaganda, seja de bebida, de cigarro, uma coisa que a legislação foi em cima. Eu queria que você falasse sobre isso.

(...)

[FINAL DA FITA 9-A]

E.C. - ...[A] estrutura da Souza Cruz, longe de dúvida a maior estrutura de vendas que o Brasil já teve até hoje. Era uma pesquisa ao vivo. O vendedor da Souza Cruz tinha que olhar na prateleira do botequim, ver quantos cigarros da concorrência, para conferir na outra semana. Tinha lá três cigarros da concorrência, agora tem dois, vendeu um, preenche uma ficha. A Souza Cruz tabulava isso. Tudo eles sabiam, controlavam e usavam de uma maneira organizada e disciplinada. Então, saia de baixo. Teve hora que a Souza Cruz seguiu 80% de participação no mercado, para não entrar no monopólio ou ter problemas de legislação, do Cade da época. Tinha época em que eles visitavam três vezes por semana um varejo na Mooca. De repente, a participação deles naquele setor estava subindo demais, eles botavam a visita semanal ou mensal. Olha, é muito inglês. Quando os ingleses não tinham mais como ficar em Hong-Kong, eles falaram: “Então, no ano 1998, nós saímos.” E eles saíram naquele ano, levaram mais 30 para sair de Hong-Kong. Da Índia. Quando não dá mais, eles negociam. Antigamente tinha guerra também, mas depois eles viraram os ingleses de agora.

É preciso saber que desde que o Albino Souza Cruz saiu, acho que deve ter sido em 1913, 15, 10, tinha aquela famosa história: as namoradas dele eram os nomes dos cigarros, ele botava os nomes das meninas de que gostava... Tinha essa parte. Daí ele criou uma série de cigarros com nomes femininos que eu não lembro agora, mas tinha uns dez ou 15 cigarros... Yolanda, por exemplo, é um deles. Tinha um monte de coisas assim. Isso tudo é uma lenda até muito bonita da Souza Cruz.

Depois, entre governo, fisco e o próprio interesse de *marketing*, os cigarros ficaram em cinco categorias. Você lançava um cigarro na categoria B, é letra ou número, eram cinco categorias de preço. A Souza Cruz usou também como *positioning*. Na categoria de cima, você tinha o Pall Mall, que eles lançaram. Tinha cigarros importantes, caros e de *status*. Na época, para você encontrar uma namorada, você comprava um cigarro barato e comprava uma vez só o maço ou catava na rua o maço de cigarro caro. Quando você chegava na mesa, com a namorada, você jogava o maço de

cigarro, que era geralmente um cigarro caro. A Souza Cruz sabia isso, media, filmava, fazia tudo no mundo em matéria de conhecer o fumante.

Paralelo a isso, eles tinham pesquisas, os primeiros talvez no Brasil a usar de maneira extensa, profunda e respeitar a pesquisa de marca, de gosto, de sabor. E eles tinham o Esquadrão da Fumaça, que era um painel que semanalmente se reunia e provava os produtos, fumavam. Você não entrava nem com faca, tal a densidade da fumaça. Esse painel dava notas de cinco quesitos, impacto, *after taste*, acidez, rouquidão. Ficavam fumando, fumando. E eles revezavam e nomeavam os funcionários, era um orgulho pertencer a esse painel, que geralmente tinha um diretor, um psicólogo. É muito complexo. Esse painel funcionou anos, hoje eu não sei mais porque entraram os laboratórios e as pesquisas técnicas, laboratoriais. Entrou também o problema do DNA do tabaco, entramos nesses outros problemas de cruzamento da folha daqui.

Todos os plantadores plantavam tabaco para a Souza Cruz. A Souza Cruz não tinha um metro de terra. Ela dava assistência técnica, assistência ao sindicato deles. E tinha que ser miniagricultor, miniproprietário. Então, tinha, vamos dizer assim, 50 mil famílias pequenas que plantavam tabaco e a Souza Cruz negociava o preço, comprava esse tabaco, depois ela passou a exportar também a folha de tabaco. Hoje, eu acho que um bilhão de dólares, uma coisa dessas, da pauta brasileira são de exportações da Souza Cruz e de outras empresas do mundo que também compram tabaco aqui. Exportam, como açúcar, café, qualquer *commodity* dessa.

A formação da Souza Cruz como escola de *marketing* e tudo era imbatível em termos de lealdade. (...) O presidente, diretor de *marketing*, diretor de produto, diretor de fábrica, diretor de vendas, tudo era inglês até recentemente. O primeiro brasileiro foi o Monteiro de Castro, que ficou pouco, depois o Flávio de Andrade subiu e ficou oito ou nove anos. Não tinha para ninguém. Inglês. (...)

O problema de cigarro, além de tudo, é a distribuição. A Souza Cruz também mantinha uma política de trocar; querendo ou não o português, eles repunham o produto de graça. O produto tinha um código, naquela parte de cima do celofane ou daquele papel meio aluminizado, ali tinha uma data em código que o vendedor sabia. Ele ia lá, o botequineiro não tinha vendido aquele cigarro, ele falava: “Me dá licença.” Tirava esse, jogava fora e punha um novo. Porque se você fumasse e percebesse que o cigarro era velho, a longo prazo, o que acontecia? A Philip Morris comia eles por uma perna ou a Sudam ou as brasileiras. Eu estou falando de políticas assim, se deve à Souza Cruz essa limpeza de mercado. Faturamento, de relacionamento com o português. Português que eu falo é o sujeito do botequim. Aqui no Rio a gente fala português, mas podia ser italiano em São Paulo, o que fosse.

Esse controle de vendas se estendia ao *marketing* e à publicidade. Não tinha como pegar um anúncio e botar no ar, nem morto, nem com revólver. Tinha que discutir, pesquisar, provar, refazer. Como eles eram grandiosos na remuneração, eles não discutiam taxa, não discutiam pagamento e eram de uma grandeza... Para ter uma noção hoje, seria assim: todas as páginas centrais de *Veja* o ano inteiro, mais a capa, a primeira capa e a última capa. Depois, uma Central de Mídia se reunia e via, a página central era de Hollywood, era de Continental, era de qualquer marca. Comprava *Jornal Nacional*. A abertura, o *break* do meio, o *break* do encerramento eram da Souza Cruz sem discussão. Não entrava. E comprava exclusividade: dentro do *Jornal Nacional*, não tinha anúncio de cigarro, só da Souza Cruz. Ela também controlava para que não tivesse anúncio perto dela, o que era normal em revista. Não anunciava em jornal, rádio muito pouco. Era basicamente revista, material de ponto de venda, promoções.

Quando a gente está falando em promoções, era assim: Arizona tinha um campeonato de futebol no interior, 1.200 clubes. Vocês já imaginaram um departamento

para controlar um campeonato com taça, camisa, patrocinado pelos cigarros Arizona no interior do Paraná, São Paulo e Santa Catarina? A Souza Cruz tinha um departamento de promoções que saíam de baixo. Culminou, no final de anunciar Hollywood, que tinha o Hollywood Rock. Por sugestão incrivelmente minha, que não tinha nada a ver com o negócio, eu falei: “Por que não trazem os Rolling Stones?” Eles trouxeram os Rolling Stones para um concerto no Maracanã e um concerto no Morumbi, em São Paulo. Trouxeram a Madonna. O que fosse. Filmes da Souza Cruz... A maneira com que faziam o filme e a grandeza de produção dos filmes.... Chegou-se a fazer filmes de milhões de dólares, um filme de 60 segundos.

L.H. - Então, na verdade, a Souza Cruz teria sido uma escola de propaganda?

E.C. - Propaganda, *marketing*, pesquisa... (...) Trabalhei com a Souza Cruz 28 anos, não sei quanto, com muito orgulho e muita vontade. E eles respeitam também quem está falando, respeitam a opinião, respeitam tudo. Não tem assim um cara extrapolar. Pode ser um caso, o sujeito gritou com o ascensorista. Mas sendo funcionário da Souza Cruz, você está no Itamarati; não pode botar o pé no prato, não pode fazer nada porque você está em uma companhia inglesa que respeita isso. Pagamento de agência, negociação com a agência, sai fora. Não tem aquele negócio de dizer: “O comercial não ficou bom, só pago metade.” Não tem esse papo. Tinha muita negociação, apertavam muito, as negociações eram difíceis. Mas eram cumpridas sem discussão, mesmo que fosse um *office-boy* da Souza Cruz que assumiu, a Souza Cruz cumpria. Com a cara feia, com a cara alegre, mas cumpria. Cumpria e cumpre. Eu tenho essa gratidão, essa admiração porque isso era o dever básico, mínimo, do relacionamento comercial ou pessoal. Mas não era.

I.S. - Quer dizer, isso era excepcional em relação ao mercado.

E.C. - É. Relacionamento com veículos, era a gente que comprava... Era o maior anunciante da Abril, o maior anunciante da *Manchete*, o maior anunciante da Globo. Eles compravam tudo da Copa do Mundo. Quem chega na Globo e compra a Copa do Mundo por x bilhões de dólares compra mais isso, mais todos os intervalos do *Jornal Nacional*, todos os intervalos de manhã e de tarde, essas coisas todas, tem um direito que a Souza Cruz não extrapolava e nem exercia. Eles queriam o cumprimento do que eles estavam comprando e são muito exigentes nisso. Mas não tinha aquele negócio: “Me arruma aí não sei o quê.” “Isso aqui, então, vai nesse pacote.” Esse papo não tinha. Tinha uma Central de Mídia que negociava e depois submetia à Souza Cruz as negociações. Durante um mês, você negociava o ano seguinte. A Central de Mídia era feita dos diretores de mídia das agências. Geralmente era controlada não oficialmente por mim ou por fulano, por sicrano de uma das agências. A DPZ liderava o consórcio, quando eu estava na DPZ.

L.H. - Várias agências serviam a Souza Cruz?

E.C. - Cinco, seis. Sempre, sempre. Nunca trabalharam com uma agência só. Em lugar nenhum.

I.S. - A proibição de propaganda de cigarro deve ter sido um baque importante para as agências, não?

E.C. - Muito grande. Para a DPZ principalmente, aqui no Rio. A Souza Cruz chega a ser 30% do faturamento de uma agência, 40%, 50%... E um dinheiro certo. Em comerciais nacionais, dá muita visibilidade à agência. Você pega um comercial de Hollywood, põe durante 15 dias em todas as emissoras de televisão no Brasil; você pega e põe anúncio na *Veja* em todas as páginas, 12 páginas de uma vez para lançar um cigarro. Era um massacre; organizado, mas era um massacre. Não era um *dumping* nem nada disso, são regras comerciais. O problema deles eram a Philip Morris e a Reynolds. A Reynolds dançou, foi embora e ficou só a Philip Morris até hoje. E a Souza Cruz tinha uma espécie de tolerância com a indústria brasileira de cigarro, que existe até hoje e são locais, fabricam uma coisinha. A Souza Cruz nunca avançou nesse negócio. Eles respeitavam esse tipo de negócio para a existência deles. Para ter um comércio legítimo, não pode comprar um pequenininho que está em dificuldades. Você chega lá com a Souza Cruz e compra. Claro, podia ter gerentes lá com a arrogância da natureza de cada um, podia ter essas coisas.

As regras na Souza Cruz eram muito rígidas e, por incrível que pareça, ia ser assim: convenção com dois mil vendedores que vinham do Brasil todo para lançar, apresentar o cigarro tal. Nessa convenção, a agência apresentava o cigarro, o diretor de *marketing* mostrava a estratégia, o lançamento. Eles falavam assim: “A convenção começa às 3h da tarde no Teatro Olímpia de São Paulo.” Não sei se pelo céu, por pára-quedistas, às 3h tinham três mil pessoas sentadas. Não tinha: “Saiu.” “Voltou.” “Dá licença.” “Estou indo.” Isso não era discutido. É um negócio assim, que você não entende como pôr três mil vendedores, um vindo de Londrina, outro vindo de Belém do Pará, outro vindo de canoa da Amazônia. Quando a Souza Cruz decidia isso, ela esparramava a máquina: *vupt*, aparecia todo mundo sentadinho lá, todos eles felizes. É uma loucura isso! Uma loucura, se você olhar a convenção em Las Vegas não sei de quem, é muito difícil: leva a mulher, não leva mulher, vai acompanhado, tem um *show* antes, não tem um *show*, tem o almoço, tem o drinque. A Souza Cruz passava por cima disso e fazia tudo. Fazia o *show*, fazia o drinque, fazia tudo. Mas o drinque, bebia; o *show*, assistia; a convenção, aplaudia e ficava lá. Não tinha: “Desculpe.” “Cheguei atrasado.” “Estava resfriado.” “Choveu.” Não sei, realmente você não sabe como. E voltamos de novo ao exército. Não tem. Você cita um, dois casos no exército de: “Vamos para lá!” E alguém não vai. “Põe a farda limpa. Faz a barba. Corta o cabelo.” Vai-se discutir no exército cortar cabelo ou não cortar cabelo? Então, era organização paramilitar, inglesa na sua essência, no seu espírito, e brasileira no sentido de aproveitar o talento: o estagiário que vira isso, que vira aquilo e vira aquilo, de repente é gerente não sei do quê. Muito carreira *oriented*. “Esse sujeito serviu bem em Recife quando estava muito ruim a coisa lá, então ele tem direito de ir para Brasília, que é uma coisa melhor.” Agora, rejeitou uma transferência, rejeitou a última.

Hoje eu não sei mais, estou afastado há três anos da Souza Cruz e nos últimos tempos eu conversava mais com o Flávio, que era o presidente, com o outro presidente. Eu fiquei meio simbólico, meio canastrão nesse negócio. Eu entrava mais no relacionamento da DPZ do Rio com São Paulo, porque a Souza Cruz sempre foi feita em São Paulo, a criação. Eu representava a Souza Cruz junto à criação de São Paulo. E freqüentava a Souza Cruz em nível do presidente, Flávio, que se tornou um amigo pessoal meu até hoje. Amigo pessoal mesmo meu, da minha mulher, da mulher dele. Tudo funcionava bem. Então, não sei a Souza Cruz hoje. Mas transferir um sujeito para Porto Alegre no dia 24 de dezembro, nem perguntavam. O sujeito não podia dizer: “Mas é Natal, minha mãe está doente.” Não. Ele se apresentava dia 25 em Porto Alegre, procurava o gerente de pessoal lá e estamos conversados. (...) Então, existem pressões do tamanho da Souza Cruz etc. Mas jamais o truquinho por baixo da mesa,

principalmente no relacionamento. Eu estou falando de agências, de veículos e das pessoas.

I.S. - São regras claras.

E.C. - Muito claras e, se você quebrar uma regra dessas, você está fora do jogo. E você sabe disso antes. Como a maioria entrou lá garoto, eles estão acostumados a isso. Não é chato para eles ir para Porto Alegre e trabalhar lá durante dois anos sem perguntar qual é a função. É assim que funciona e é assim que eu acho que funciona. A *Imperial Tobacco* se associou à *American Tobacco Company*. Tinha um *slogan* que dizia: “*Tobacco is our middle name.*” Uma beleza isso. *American Tobacco Company*. Americanos e nisso aí saíram a *Brown Williams*, que é uma companhia de lá, e a *BAT*, a *British American Tobacco*. Mas, a rigor, eles são ingleses. Acho que eles compraram umas empresas lá. E eles eram contra a diversificação, enquanto a *Philip Morris*, através de outras empresas, entrava em fabricação de papel, sapato, tijolo... A Souza Cruz fabricava cigarro.

(...)

L.H. - Tinha uma associação forte de Hollywood com esporte.

E.C. - É, por causa dos esportes radicais; depois se esgotaram os esportes radicais no Brasil. Um idiota descendo de asa-delta não era mais novidade; o sujeito de windsurfe, andando de patins, não era novidade... Nós começamos a fazer corrida no deserto de Mojave, em Nevada; porta-aviões, descendo com carro de corrida em porta-aviões. Eram filmes de dois milhões de dólares, feitos no deserto entre Angola e Gara – não sei qual é o país na África que confina com Angola. Íamos todos nós, viajavamos.

Lançamos *Vice-Roy* aqui para evitar que a *Philip Morris* lançasse um outro cigarro americano aqui. Lançamos *Vice-Roy* no Brasil, eu fui para Nova York, 15 dias: fizemos um filme entre *Central Park* e *Broadway*, *Fifth Avenue*. Fechamos a *Broadway* com licença da prefeitura, filmamos tudo. Um negócio pequeno, de um milhão e pouco de dólares. O filme atrasou dois dias, a Souza Cruz teve um problema, não sei o que foi... A Souza Cruz teve que alugar depósito por causa do lançamento. A idéia era *Good morning, America*, que era do *Robin Williams*, esse ator.¹⁷⁵ E a gente montava leiautes cinematográficos. A gente pegava pedaços de filmes, de comerciais estrangeiros, e montava o filme de 30, 60 segundos. Você pega uma moça andando na praia, pode ser *Ingrid Bergman*, andando na praia. Montava-se tudo aquilo, editava, fazia tudo direitinho e levava para a Souza Cruz. A Souza Cruz já via o filme pronto, como iria ser. Usamos a idéia de fazer *Good morning, America*, que seria o cigarro americano lançado no Brasil, chamado *Vice-Roy* [*vaice-roi*] e não *Vice-Roy* [*vice-roi*]. A Souza Cruz me explicou bem os planos quais eram etc. Lá fui eu, o *Gardelón* da época, fizemos o filme em Nova York, discutimos tudo, embalagem, o diabo a quatro, tudo certo.

(...)

L.H. - Eu estou satisfeítíssima, não sei se você tem mais alguma pergunta.

¹⁷⁵ *Good Morning, America* é o nome de um programa de entrevistas da rede americana ABC. No filme *Good Morning, Vietnam*, o ator *Robin Williams* interpreta um *disk-jockey* convocado pelo Exército para transmitir um programa de rádio para os soldados em combate no Vietnam.

I.S. - Não.

E.C. - Eu também estou muito satisfeito. [Riso.]

L.H. - Se o senhor quiser ainda fazer alguma declaração para terminar, fique à vontade.

E.C. - Não, nada. Eu queria só, onde houver alguma dúvida, que me falassem, onde eu me expressei com linguagem não muito parlamentar ou qualquer coisa.... Eu tenho uma formação, eu cheguei a essa idade e nunca falei um palavrão perto de mulher. É um negócio de que eu não tenho nenhum orgulho porque é uma idiotice. Mas eu não falo. Eu falei aqui ontem e hoje, dá umas dez horas. Vocês não ouviram uma palavra pelo menos grosseira. E em publicidade, 50% das palavras são palavrões, 50% em uma reunião entre agência, cliente, pessoal de criação. 50% não dá... Eu ouço, entre os homens eu falo e tenho um aparelhinho – que coisa incrível, isso –, é um sensor.

L.H. - Se os entrevistadores fossem homens, seria outra entrevista. [Risos.]

E.C. - Não, no gravador não tem palavrão. Não, eu sou complicado nisso. É um problema de formação.

L.H. - Um problema, não, é uma solução.

I.S. - Uma solução para quem transcreve.

E.C. - O segundo problema que eu tenho é com horário também, de cumprir horário.

L.H. - Até porque o palavrão substitui as palavras que são as palavras, os adjetivos que são...

E.C. - Já está no jargão. Eu não falo nem perto de interpretação, nem *double sense* com mulher, de dizer uma coisa que é outra, e é engraçado. O Agildo Ribeiro vai para cá e eu vou para lá, sabe? Mas é isso. Eu não estou pedindo para ver o que eu falei, não. Eu estou dizendo que estou à disposição para as dúvidas. Acho que até a edição que vocês vão fazer não é problema meu. Eu entrei nisso convidado e com muito orgulho. E foi a chance de eu falar, que eu não falava sobre publicidade há três... 20 anos, sei lá.

L.H. - Para nós, foi um prazer. Nós aprendemos muito.

[FINAL DE DEPOIMENTO]