

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.

MACEDO, Luiz Vicente Goulart. *Luiz Macedo (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.

**LUIZ MACEDO**  
**(depoimento, 2004)**

## *Ficha Técnica*

tipo de entrevista: temática  
entrevistador(es): Ilana Strozenberg; Verena Alberti  
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: 30/09/2004  
duração: 3h 25min  
fitas cassete: 04  
páginas: 64

Entrevista realizada no contexto do projeto "A propaganda brasileira: trajetórias e experiências dos publicitários e das instituições de propaganda", desenvolvido pelo CPDOC por iniciativa da ABP - Associação Brasileira de Propaganda e com apoio da Souza Cruz S.A., entre março de 2004 e fevereiro de 2005. Um dos objetivos do projeto foi dar início à constituição de um acervo de entrevistas sobre a história da propaganda brasileira, ouvindo publicitários que tiveram atuação destacada a partir da segunda metade do século XX. Notas das entrevistas elaboradas por Anna Carolina Meirelles da Costa, Ilana Strozenberg, Luciana Quillet Heymann, Luisa Lamarão, Maurício Xavier, Regina Santiago e Verena Alberti.

temas: Associação Brasileira das Agências de Publicidade (Abap), Associação Brasileira de Propaganda (ABP), Brasília, Campanha Eleitoral, Censura, Chico Buarque de Hollanda, Comunicação de Massa, Congressos e Conferências, Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária (Conar), Delfim Neto, Direito, Família, Governo Fernando Collor (1990-1992), Governo João Goulart (1961-1964), Governos Militares (1964-1985), Inquérito Policial Militar, Instituto Brasileiro do Café, João Batista Figueiredo, João Goulart, Marketing, Negrão de Lima, Projetos de Lei, Propaganda, Publicidade, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro (cidade), São Paulo, Veículos de Comunicação, Vinícius de Moraes.

## Sumário

*Entrevista: 30/09/2004*

Fita 1-A: origens familiares; relação com o avô e a paixão por cavalos; transferência para Porto Alegre e entrada no colégio Instituto Porto Alegre (1942); breves comentários sobre a graduação no curso de Direito na Universidade Estadual do Rio Grande do Sul; o trabalho como locutor na Rádio Gaúcha; primeiro emprego como publicitário na Grant Advertising (1953); lembranças do Curso de Preparação de Oficiais da Reserva (CPOR) (1952/53) e o posterior estágio em São Borja (1955); o retorno para a Grant Advertising (1955).

Fita 1-B: a importância da figura do atendimento no processo de formação das agências brasileiras de propaganda até meados do século XX; detalhes sobre a fundação (1957) e o funcionamento da agência MPM; o desempenho da função de publicitário na visão do entrevistado; processo de expansão da MPM: o escritório no Rio de Janeiro.

Fita 2-A: o processo de expansão da MPM; relato do episódio de concorrência para publicidade do Instituto Brasileiro do Café, da qual a MPM participou (1965); explicações sobre a decisão, tomada no governo João Goulart (1961-1964) de restringir as contas de publicidade do governo federal às agências de publicidade nacionais; relações da agência MPM com o governo de João Goulart; a abertura do escritório da MPM em Brasília.

Fita 2-B: dificuldades enfrentadas pela MPM após 1964 devido ao parentesco do entrevistado com João Goulart; a participação do entrevistado na campanha de João Goulart para a vice-presidência da República (1960); a recusa do convite feito por João Goulart para que assumisse o cargo de chefe da Casa Civil da Presidência da República; vantagens e desvantagens de ser parente de João Goulart, durante seu governo; o Inquérito Policial Militar (IPM) instaurado durante o regime militar (1964-1985) para investigar a campanha de lançamento da Eletrobrás feita pela MPM durante o governo João Goulart (1963); relação da MPM com os governos militares: as contas de governo assumidas pela agência; a divisão das contas de governo entre as agências de publicidade no governo Sarney (1985-1990); comentários sobre o governo Fernando Collor de Mello (1990-1992); breve lembrança da segunda campanha publicitária do Instituto Brasileiro do Café; opinião sobre o publicitário Sérgio Graciotti.

Fita 3-A: as atribuições das agências da MPM do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília; breve comentário sobre a relação com Delfim Neto; o convite para o ocupar o Ministério da Comunicação Social no segundo governo Fernando Henrique Cardoso (2001); recordações da amizade com Roberto Marinho; incorporações e fusões com outras agências feitas pela MPM nas décadas de 1960 e 1970; o reconhecimento atual da atividade de propaganda como resultado da atuação da geração dos pioneiros da publicidade no país; a experiência como presidente da ABP - Associação Brasileira de Propaganda (1969-71) e da Associação Brasileira das Agências de Propaganda (Abap) (1974-76); a transformação do governo em anunciante, a partir dos anos 1960, e o papel da MPM nesse processo.

Fita 3-B: breves considerações sobre contas do governo Negrão de Lima, no estado da Guanabara (1965-1971), atendidas pela MPM; informações sobre outras contas de governo atendidas pela MPM; a participação do entrevistado na Comissão Interassociativa da Publicidade Brasileira, que em 1977 se reuniu para elaborar o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária; comentários sobre a instituição de agências subsidiárias como forma de atender a diferentes contas de um mesmo setor; razões da venda da MPM (1991); breves comentários sobre o envolvimento dos filhos com a MPM; atividades dos filhos e netos; contribuição do entrevistado para a liberação da peça "Ópera do malandro" de Chico Buarque, proibida pela censura no final dos anos 1970; relações do entrevistado com artistas e escritores e na vida boêmia do Rio de Janeiro.

Fita 4-A: relato da amizade com João Batista Figueiredo; episódio de desentendimento com João Goulart, quando este era presidente da República; breves comentários sobre o papel da Assessoria Especial de Relações Públicas (Aerp) durante o regime militar; elogios a Miguel Gustavo, autor de famosos jingles publicitários e de canções; o envolvimento do entrevistado

em campanhas eleitorais de José Sarney e de João Figueiredo; avaliação das mudanças ocorridas no mundo da propaganda; a participação do entrevistado na divulgação da loteria esportiva, quando de sua criação.

*Entrevista: 30.09.2004*

V.A. - Nossa idéia é acompanhar a trajetória do senhor – pessoal e profissional – e descobrir um pouco como se formou o campo da propaganda no Brasil. O senhor nasceu em 16 de abril de 1931, em São Borja. E o senhor tinha irmãos? Foi o primogênito? Como foi?

L.M. - Somos três. Uma irmã mais velha, viva, e meu irmão mais moço, que morreu. Eu sou o do meio.

V.A. - O nome da sua irmã?

L.M. - Teresinha Macedo Richer, casada com o dr. Paulo Richer.<sup>1</sup>

V.A. - E o irmão?

L.M. - João Carlos Goulart Macedo. Morreu há cinco anos.

V.A. - E o pai do senhor?

L.M. - Joaquim Farias de Macedo, de Rio Pardo, Rio Grande do Sul.

V.A. - E o que o pai do senhor fazia?

L.M. - Ele trabalhava com cinema, era exibidor de cinema, e foi fazendeiro também. Ele cuidou das fazendas do meu avô, depois que meu avô morreu. Depois de alguns anos ele vendeu a fazenda e se dedicou a esse negócio de cinema.

V.A. - E as fazendas eram em São Borja?

L.M. - *Uma fazenda. Fazendas* eram do meu avô, que deixou *uma fazenda*, que se você me perguntar em hectares, eu não sei, 16 quadras de sesmarias. Você já ouviu falar nisso?

I.S. - Era gado, provavelmente.

L.M. - Gado, ovelha, cavalo.

V.A. - Como era o nome do avô do senhor?

L.M. - Vicente Goulart.<sup>2</sup>

V.A. - Daqui vem o Luiz Vicente?

L.M. - Daí que vem.

---

<sup>1</sup> Paulo Richer, engenheiro químico e nuclear, participou do grupo de trabalho para a constituição da Eletrobrás e foi seu primeiro presidente, entre 1962 e 1964.

<sup>2</sup> Vicente Rodrigues Goulart, pai de João Goulart, presidente da República de 1961 a 1964. Participou da Revolução de 1930 comandando tropas no Rio Grande do Sul em favor de Getúlio Vargas, empossado no cargo de presidente da República após a vitória do movimento.

V.A. - Vários Luiz Vicente.

L.M. - Não, vários Vicentes.

V.A. - Luiz Vicente é só o senhor?

L.M. - Só eu.

V.A. - Vicente Goulart. E o avô do senhor se estabeleceu no interior do Rio Grande do Sul.

L.M. - São Borja, Rio Grande do Sul. O município de São Borja, basicamente. E sempre dedicado à agropecuária.

V.A. - E como o pai do senhor chegou no cinema?

L.M. - São vocações, coisas que acontecem na vida. Depois que vendeu a fazenda, ele já tinha se associado a umas pessoas no Rio Grande do Sul, nessa parte de exibição de filme, e montou uma cadeia lá no Rio Grande do Sul.

V.A. - No interior, ou tinha também na capital?

L.M. - Tinha Porto Alegre, mas basicamente o interior.

V.A. - E isso foi na época em que o senhor nasceu?

L.M. - Não. Isso foi na época em que eu já era gente. Na época em que eu nasci, ele cuidava das fazendas do meu avô.

V.A. - Certo. Porque nisso também talvez já tenha uma direção do senhor para a área de propaganda.

L.M. - Não.

V.A. - Não? Esse contato com o cinema?

L.M. - Não tem nada a ver. A minha entrada na área de propaganda está muito mais relacionada ao cavalo do que a qualquer outra coisa. E agora, hein? [riso]

I.S. - E sua mãe?

L.M. - Minha mãe morreu agora, há dois meses, com 97 anos.

V.A. - Qual era o nome dela?

L.M. - Era Eufrides, mas ninguém a conhecia por Eufrides. Ela era Fida, Fida Goulart Macedo. Eu não tenho dúvida de que ela liderava a família, é a mais velha, uma mulher extremamente ponderada, um bom senso incrível, extraordinário. Não teve outra atividade senão cuidar de irmão, de filho, de neto. Foi uma vida muito bonita.

V.A. - O senhor, em São Borja, foi à escola?

L.M. - Ginásio Municipal de São Borja. Fui interno, porque a mãe ficava na fazenda. Um período fui interno no colégio e em outro morei com meu avô. Mas, como meu avô viajava muito, eles preferiram que eu ficasse no internato.

I.S. - Seu avô morava na cidade?

L.M. - Morava na cidade. Cidade e interior, em uma das fazendas. Ele viajava muito com o Ford 29 dele. E a minha vida escolar começou no Ginásio Municipal de São Borja, onde foi meu professor um senhor chamado Adelmo Genro, o qual, eu vim a saber pelo Tarso Genro, hoje ministro da Educação, era pai dele.

V.A. - E o seu irmão também estudava nesse mesmo ginásio?

L.M. - Também no mesmo ginásio.

I.S. - E a sua irmã?

L.M. - A minha irmã estudava em Santa Maria. Foi para um colégio de Santa Maria, era interna lá. E isso acontecia muito. Santa Maria era um centro educacional importante. Não me lembro se tinha internato em São Borja. Como não podia ficar na fazenda, estudou em Santa Maria.

I.S. - E o seu internato era em São Borja?

L.M. - Meu internato era em São Borja.

I.S. - Ah, mas era separado, meninos e meninas, no caso?

L.M. - Era, não tinha meninas.

I.S. - Pois é. Para a sua irmã, talvez não tivesse internato em São Borja.

L.M. - É, não tinha.

V.A. - E como foi essa história do cavalo, então?

L.M. - A história do cavalo. Se eu disser para você que a imagem mais longe que eu tenho de mim é eu montado em um cavalo ao lado do meu avô, você pode acreditar. O meu pai dizia que eu tinha nascido no lombo do cavalo. E paixão, paixão, paixão pelo cavalo. Nos meses de férias, quando eu ficava na fazenda, eu não olhava para gado, eu não olhava para ovelha, eu não olhava para nada. Eu queria saber dos cavalos, fazer cruzamento de raças que eu imaginava. E quando nós fomos para Porto Alegre, fomos para uma pensão. Meu pai alugou um quarto numa pensão e, dos fundos, via-se o hipódromo. Eu fiquei alucinado com aquilo, [riso] o hipódromo, evidente, onde corriam os cavalos. Aí, meu pai me levou, eu tinha dez anos. Quando eu vi que todas aquelas corridas se realizavam no mesmo dia, eu fiquei em um encantamento incrível. E aí,

continuei acompanhando. Estudando, mas acompanhando corrida de cavalo, indo ver as corridas. E o meu primeiro emprego foi de locutor de corrida de cavalo.

V.A. - Onde?

L.M. - Em Porto Alegre. Eu fiz um teste na Rádio Gaúcha, aprovaram e eu fui transmitir corrida de cavalo.

V.A. - Quantos anos o senhor tinha?

L.M. - Eu devia ter 20 anos.

I.S. - Quer dizer, o senhor foi para Porto Alegre por volta dos dez anos?

L.M. - Eu fui para Porto Alegre em 1942: com 11 anos. Fui fazer o ginásio em Porto Alegre. Eu tinha feito a primeira série ginásial em São Borja, entrei na segunda série ginásial em um colégio em Porto Alegre, no IPA, Instituto Porto Alegre, colégio protestante. Um colégio maravilhoso.

I.S. - A sua família era protestante?

L.M. - Não, mas nós visitamos três colégios e ela me deu a decisão de escolher o colégio. Eu cheguei no IPA, ficava em um morro e não tinha muro. Tinha árvore, não tinha muro, tinha campo de futebol, tinha campo de basquete, tinha campo de esportes... “Nem pensar, é aqui.” E foi muito bom para mim, eu agradeço a Deus por ter me dado essa escolha, porque eu acho que muita coisa que eu fiz certo na vida eu devo ao espírito que tinha dentro desse colégio.

V.A. - Quer dizer, o senhor novinho, com 11 anos, foi morar sozinho nesse quarto de pensão?

L.M. - Não. A gente foi justamente para meu pai e minha mãe se instalarem em Porto Alegre. Aí, de lá, justamente, escolher o colégio para nós, visitar colégio, ver. Depois, eles voltaram para São Borja e depois voltaram para morar em Porto Alegre.

V.A. - Então, a família toda se transferiu para Porto Alegre?

L.M. - A família toda se transferiu para Porto Alegre.

V.A. - E o motivo dessa transferência foi o ensino das crianças, a educação?

L.M. - Não sei. Não sei se foi exatamente isso ou se foi uma idéia do meu pai, já negócio de cinema.

V.A. - E aí, veio a Terezinha, veio o seu irmão João Carlos, todo mundo para Porto Alegre?

L.M. - Todo mundo.

V.A. - E todo mundo ficou no IPA?



L.M. - Não. Terezinha foi estudar num colégio chamado Bom Conselho, e eu e meu irmão no IPA.

V.A. - O IPA era só para meninos?

L.M. - Na época, era. Depois, virou misto. E agora me doeu no coração: eu cheguei lá e soube que o IPA acabou.

I.S. - Recentemente, então.

L.M. - Agora, no ano passado.

I.S. - Era internato também?

L.M. - Era internato, depois virou misto e virou faculdade. Mas agora parece que é só faculdade. Mas o secundário – chamava secundário na nossa época, que era ginásio e colégio – não tem mais.

I.S. - E o senhor ficou lá até a entrada na faculdade?

L.M. - Em Porto Alegre?

I.S. - Não, no IPA.

L.M. - No IPA, até entrar na faculdade.

V.A. - Então, foi de 1942...

L.M. - A 1949.

V.A. - E por que o senhor diz que deve muito ao IPA? O senhor pode dar um exemplo?

L.M. - Pelo espírito de responsabilidade. O lema do colégio era “liberdade e responsabilidade”. Então: “Você quer sair?” “Quero.” “Então, você tem que voltar às sete.” E ninguém conferia se eu voltava às sete.

V.A. - O senhor morava lá, era interno?

L.M. - Interno. Quer sair, quer dar uma volta na cidade, comer um sanduíche lá embaixo, ir a um cinema? Às sete você tem que voltar. Era internato. Você saía e voltava. Se não voltasse na hora determinada, aí você se explicava, tinha uma conversa, aquele negócio. Foi um troço maravilhoso. Não tinha esse tipo de ensino naquela época, mas o colégio era base americana, acho que era financiado por uma universidade americana – aquele negócio de americano, uma fundação qualquer dessas. Para mim, foi muito importante.

I.S. - O senhor fez muitos amigos lá?

L.M. - No colégio? Este ano, parece que vai haver o encontro de... Quantos anos são? Quarenta e nove, 99. Quer dizer, houve, em 1999, o encontro de 50 anos.

V.A. - Da turma que se formou em 49?

L.M. - Da turma que se formou em 49. A grande maioria deles, eu nunca mais tinha visto depois da formatura, 60%.

I.S. - Pessoas que ficaram no Rio Grande do Sul.

L.M. - É. Então, foi um negócio incrível aquele encontro, 50 anos depois.

V.A. - Quantas pessoas?

L.M. - Eu acho que uns 70% dos que se formaram estavam lá, o que dá uma boa idéia de uma longevidade bem razoável. [riso]

I.S. - É uma bela proporção.

V.A. - Mas aí, o senhor ficou lá até 49 e entrou para a faculdade de direito.

L.M. - Faculdade de direito.

V.A. - Lá da UFR...

L.M. - Não. Levei bomba na Universidade de Porto Alegre. Fui fazer o vestibular em Pelotas, aí passei e consegui transferência no segundo ano para Porto Alegre.

V.A. - Para a Federal de Porto Alegre?

L.M. - Para a Estadual.

V.A. - E por que direito?

L.M. - Porque eu não tinha nenhuma vocação para doutor. A minha mãe queria que eu fosse médico. Eu não podia ver sangue, como eu ia ser médico? Eu desmaiava vendo sangue. E achei que direito era mais fácil. Não sabia o que ia fazer na vida, não tinha a menor vocação para advogar. E aí comecei a trabalhar no segundo ano, no terceiro ano, não me lembro...

I.S. - Como locutor?

L.M. - É. Locutor. Depois, em jornal, fazendo uns bicos lá, sempre na parte esportiva. Aí, no terceiro, quarto ano, eu tinha certeza de que o diploma... Tinha que ter um diploma, título de doutor muito mais para satisfazer a minha mãe, porque a minha vaidade não existia. E foi. Me formei e tive o cuidado de não registrar o diploma na OAB para não aparecer um cliente desavisado aí [riso] e ser meu cliente. Então, nunca fiz absolutamente nada com... Sou bacharel em direito.

V.A. - E o senhor começou a trabalhar na Rádio Gaúcha como locutor e fazendo coisas em jornal. Onde?

L.M. - Na *Zero Hora*, no *Correio do Povo*. De vez em quando pediam uma análise, um comentário, um bico, um *free-lance*.

V.A. - Esse da Rádio Gaúcha, o senhor soube que ia haver um concurso para locutor? Como foi esse contato?

L.M. - Não. Foi insistência minha. Eu queria, insisti, fui lá. Eu digo: “Posso fazer um programa?” Vendi o programa, vendi o patrocínio, [riso] eu acho que talvez até tenham me aprovado no teste por aí.

I.S. - Quer dizer, o senhor já deu uma de publicitário?

L.M. - Dei uma de publicitário sem gostar de propaganda. Mas eu fiz o teste e eles precisavam de um locutor que substituísse o titular. Aí, eu substituí. Modéstia à parte, fui muito bem, a coisa que eu fiz melhor na minha vida foi irradiar, foi transmitir corrida de cavalo. Aí, bolei: “Vou fazer um programa.” O pessoal tinha gostado, aí eu fui em alguns proprietários de cavalo de corrida que tinham sua atividade lá e dois deles patrocinaram um programa. E eu passei a fazer um programa de turfe diariamente na Rádio Gaúcha, já patrocinado, o que resolveu um salariozinho lá, porque tinha comissão. Aumentou o salário.

V.A. - E no jornal?

L.M. - Jornal, o editor de turfe dizia: “Nós estamos pensando em fazer um comentário sobre tal coisa.” Eu digo: “Deixa comigo que eu faço.” Eu fazia de graça, mas era colaborador do jornal. Tanto no *Correio do Povo* como, depois, na *Zero Hora*.

V.A. - E como o senhor teve o contato com essas pessoas do *Correio do Povo* e *Zero Hora*?

L.M. - Porque, pelo fato de estar no turfe, o pessoal de turfe do *Correio do Povo* e da *Folha da Tarde* já me identificava como um companheiro, um parceiro do setor jornalístico.

V.A. - Então, o senhor escrevia artigos sobre cavalo também?

L.M. - Tudo sobre cavalo.

I.S. - E como, daí, o senhor chegou na propaganda? Disse que foi através do cavalo, mas...

L.M. - Foi através do cavalo, porque aí a história é muito engraçada. Eu tinha um amigo que estudou comigo no IPA, chamado Luís Carlos da Nóbrega, que não se formou com a gente. Ele saiu em 1948 e veio morar no Rio de Janeiro. E aqui – ele escrevia muito bem –, não sei como mas ele foi redator de uma agência chamada Grant Advertising. E o Luís Carlos foi transferido pela Grant para Porto Alegre para dar assistência lá na parte de criação ao Petrônio, que era gerente da Grant em Porto Alegre. E o Luís Carlos

era muito meu amigo. Nas férias de colégio, ele ia comigo para a fazenda. Fomos uns dois anos. Então, era meu amigo-irmão. Aí, o Luís Carlos dizia que eu tinha vocação para o negócio. Eu dizia: “Deixa de bobagem, rapaz. Eu não sei nada disso, não quero saber, não gosto.” Aí, um dia ele me apresentou o Petrônio, que insistiu: “Nós estamos precisando de um cara assim, assim, assim e tal.” O salário de propaganda, naquela época, era muito bom em relação a rádio, a jornal, e eu digo: “Vou experimentar.”

V.A. - Eles estavam precisando de uma pessoa como?

L.M. - Um *trainee* para atendimento. Então, eu entrei. Não existia a figura do *trainee* naquela época, nem do estagiário. Quer dizer, eu já fui contratado praticamente como atendimento, o que eu acho que foi uma irresponsabilidade incrível deles, principalmente do Petrônio. [riso] Mas fiquei lá.

V.A. - O senhor não conhecia o Petrônio?

L.M. - Fiquei conhecendo através do Luís Carlos.

V.A. - Naquele momento.

L.M. - Naquele momento.

V.A. - Isso foi quando?

L.M. - Agora a memória começa a trair. Mas isso foi em 1954. É, 53, 54. Não tenho a menor responsabilidade com relação à data. Mas é por aí.

V.A. - O senhor tinha, então, 23, 22 anos.

L.M. - É, é por aí. Cinquenta e três, eu acho.

V.A. - O senhor estava dizendo que foi uma irresponsabilidade deles contratar o senhor já como um atendimento.

L.M. - Claro.

V.A. - E o que o senhor fazia?

L.M. - Eu fazia atendimento. Chegava lá: “Como é esse negócio?” Por exemplo, tinha um cliente no Rio Grande que tinha uma fábrica de enlatado, palmito, conserva: Rheingantz. Foi a minha primeira vítima, o primeiro que eu atendi.

V.A. - Fazia enlatados?

L.M. - É, doces, conservas, palmito, geléia e estava começando como anunciante. Era um anunciante razoável lá. Depois, tinha uma companhia... Esse cliente fui eu que levei, que era um sujeito amigo meu que tinha uma companhia chamada Predial e Agrícola, que era imobiliária. Então, tinha um loteamento lá para vender, eu fui lá, conversei e ele nos entregou o lançamento. O lançamento foi um fracasso! Que vergonha eu tive depois de encontrar com ele. [riso] Não lembro por que, só lembro que foi um fracasso. Aí, eu

acho que desisti, sabe? Eu falei: “Eu não dou, a culpa é minha, não tenho vocação.” Mas não foi por isso, não. Em seguida, eu saí da Grant. Pedi demissão porque eu não estava gostando do que estava fazendo. E o Samuel Wainer foi para lá, com a *Última Hora*, e me convidou para ser o editor de turfe, o chefe da seção de turfe do jornal.<sup>3</sup> Então, eu digo: “O meu negócio é aqui mesmo.” Então, saí da agência para...

I.S. - Isso foi mais ou menos quando?

L.M. - Cinquenta e cinco. É tudo muito rápido.

I.S. - Mais ou menos quando o senhor estava se formando em direito também, não?

L.M. - Em que ano eu me formei em direito?

I.S. - Segundo nossas informações, em 55.

L.M. - É isso mesmo, 55.

V.A. - Só que nós tínhamos a informação de que era na Federal, mas foi na Estadual.

L.M. - Foi na Estadual.

I.S. - Então, mais ou menos nessa época, tudo estava acontecendo na sua vida: se formando em uma coisa que o senhor não queria, saindo de uma agência em que o senhor decidiu que não queria trabalhar e entrando no jornal do Samuel Wainer.

L.M. - E foi pior ainda: tendo que ir para São Borja de novo, para fazer estágio como oficial da reserva, depois de... Não, no estágio eu estava na Grant. O estágio foi no ano da formatura, em 55.

V.A. - Como assim, estágio como oficial da reserva? Não entendi.

L.M. - A gente fazia o CPOR, Curso de Preparação de Oficiais da Reserva. Eram dois anos. Isso, eu devo ter feito em 51, 52. Aí, estava em dia com o serviço militar. E, no ano em que eu estou me formando, eles inventam – o dr. Juscelino Kubitschek ou o ministro dele, que eu não me lembro se era o Lott, quem era – que o formado no CPOR

---

<sup>3</sup> O jornalista Samuel Wainer (1912-1980) fundou o jornal *Última Hora* em junho de 1951, no primeiro ano do segundo governo de Getúlio Vargas (1951-1954), com o objetivo de defender o governo Vargas. Por essa razão, o jornal enfrentou a oposição dos demais jornais do país, principalmente da *Tribuna da Imprensa*, do jornalista Carlos Lacerda. Em abril de 1953, instalou-se na Câmara dos Deputados uma Comissão Parlamentar de Inquérito para apurar os empréstimos que o Banco do Brasil havia concedido a Wainer para a fundação de seu jornal. As conclusões da CPI, divulgadas em novembro, referiram-se ao “regime de favoritismo” aplicado pelo Banco do Brasil às empresas de Wainer, que, àquela altura, respondia também a processo por falsidade ideológica: era acusado de declarar-se brasileiro, quando teria nascido na Romênia. No início de 1954, com a concordância de Vargas, o Banco do Brasil decidiu executar as dívidas de Wainer, que no último momento conseguiu saldá-las. A campanha contra a *Última Hora* prosseguiu mesmo após a morte de Getúlio, só vindo a cessar no governo Kubitschek. Samuel Wainer teve seu nome incluído na primeira lista de cassações de mandatos e suspensão de direitos políticos após o movimento político-militar de 1964, exilando-se na França. De volta ao Brasil em 1967, reassumiu a direção do *Última Hora* para, em 1972, vender o jornal. Uma sucessão de crises levou ao fechamento definitivo do *Última Hora* em 26 de julho de 1991.

tinha que fazer estágio no Exército por três meses para ser segundo-tenente.<sup>4</sup> Aquilo foi uma bomba. De novo?! Eu já tinha tido aquele sacrifício do CPOR, que no fundo foi bom, fiz amizades maravilhosas, pratiquei esportes. Mas ser obrigado a largar tudo e ir para São Borja – São Borja foi escolha minha, claro – para fazer... Como eu era dos piores alunos, São Borja ninguém escolheu: os melhores alunos escolhiam, então um foi para Porto Alegre, outro foi para São Leopoldo, outros foram para cidades melhores. Eu digo: “O meu é São Borja.” Ninguém escolheu São Borja. Aí, um grupinho que era a patota nossa do CPOR foi todo para São Borja e foi maravilhoso.

I.S. - O que se fazia nesse estágio?

L.M. - Nada, absolutamente nada! O capitão ou o major, que era o nosso chefe, chegava e dizia: “Eu só não quero uma coisa: que o coronel enxergue vocês coçando aí. Sumam do coronel.” O que eu fiz? O regimento era de cavalaria, um cara viu que eu montava bem, pegou os dois cavalos dele que ele não tinha tempo de treinar e dizia: “Aspirante, vai para lá.” Então, eu ficava o dia inteiro em cima do cavalo.

I.S. - Melhor, impossível.

L.M. - Então, sempre o cavalo na minha vida.

V.A. - Isso foi em 55. O Juscelino foi em 56. Deve ter sido ainda Café Filho, depois da morte do Vargas, quem inventou essa história.<sup>5</sup> Estou confundindo, estou botando o senhor enfrentando as datas...

L.M. - Eu fujo de data. Eu não me atrevo.

V.A. - Foi nesse período, 55, 56, enfim.

I.S. - E aí, foi como se fosse uma licença da Grant. O senhor tinha então saído da Grant e entrado no jornal do Samuel Wainer.

L.M. - Aí, houve aquela crise toda e o jornal não chegou a ser implantado. A *Última Hora* não existiu. O Samuel Wainer vendeu para um grupo de lá e depois surgiu um jornal chamado *A Hora*, que foi comprado pelo Maurício Sirotsky depois e virou *Zero Hora*, até hoje.<sup>6</sup>

I.S. - *A Hora*? Quando surgiu, quem implantou esse jornal?

L.M. - Era um grupo de lá, com um jornalista de Porto Alegre, chamado João Maia Neto, mais Josué Guimarães, um escritor importante e que trabalhou na MPM depois, como redator.

---

<sup>4</sup> Solucionada a crise de sucessão presidencial nas eleições de 1955, episódio em que cumpriu papel determinante para garantir a legalidade do processo eleitoral, Henrique Teixeira Lott foi mantido no Ministério da Guerra de Juscelino Kubitschek.

<sup>5</sup> Imediatamente ao assumir a presidência da República, após o suicídio de Vargas, João Café Filho escolheu Lott para ocupar o Ministério da Guerra.

<sup>6</sup> Maurício Sirotsky Sobrinho.

I.S. - Mas eles também não chegaram a ficar com o jornal. Eles implantaram e logo depois passaram para o Sirotsky?

L.M. - Não, eles tiveram o jornal durante muito tempo. *A Hora* foi um jornal fazendo concorrência ao *Correio do Povo*, jornal colorido, bonito, muito bem-feito. Eles eram muito inteligentes, essa dupla, Maia Neto e Josué Guimarães. Os dois foram trabalhar comigo depois. Mas depois houve crise, houve problema lá e eles venderam para o Maurício e o Ari de Carvalho, que foi sócio do Maurício, que veio para cá depois e comprou *O Dia*, do Chagas Freitas.

I.S. - Então o senhor estava fora da propaganda, estava em um jornal, e o jornal não foi implantado.

L.M. - E aí? Voltei para a Grant. Eu estou lá com o sonho do jornal e do Samuel, aí um dia diz o Petrônio: “Bob Sutherland vem aí só para falar contigo.”<sup>7</sup>

V.A. - Quem?

L.M. - Bob Sutherland, diretor-presidente da Grant. “Petrônio, deixa de besteira. O que o Bob Sutherland quer comigo?” Robert Sutherland. “Ele que jantar contigo.” Está bom, nós fomos. Aí, ele me fez uma proposta das chamadas irrecusáveis para eu voltar para a Grant, na função já de subgerente, porque ele tinha outros planos para o Petrônio, que depois não se viabilizaram. E eu voltei para a Grant. Mas não me perguntem o ano. Isso deve ter sido 55. Aí, eu parei na Grant para ir fazer o estágio, coisa que me descompassou a vida.

I.S. - E aí, na Grant, o senhor...

L.M. - Eu estava como subgerente, com o Petrônio. A gente estava fazendo uma agência muito, muito importante lá quando surgiu a loucura da idéia da MPM. Isso daí é outro capítulo, depois a gente chega lá.

I.S. - O que tem entre esse episódio e o outro capítulo?

L.M. - Não, a Grant ia muito bem, a outra agência, a Sotel...

V.A. - Que outra agência? Eu nem sabia dessa outra agência. Como é o nome dela?

L.M. - A Sotel era do Mafuz e o Mafuz tinha vendido a Sotel para a McCann-Erickson.

I.S. - Mafuz também estava no Rio Grande do Sul, Porto Alegre?

L.M. - Também no Rio Grande. Vai começar a história da MPM, então. O Mafuz vende a Sotel para a McCann-Erickson. Aí, um dia ele me chama...

V.A. - O senhor conhecia o Mafuz de onde?

L.M. - Era casado com uma prima minha.

---

<sup>7</sup> Robert George d' Amorim Sutherland.

V.A. - Por isso que o senhor o conhecia.

L.M. - Conhecia de corrida de cavalo também, que ele gostava.

I.S. - O Petrônio também gostava de corrida de cavalo?

L.M. - Não. Mas depois nós botamos ele de sócio em uns cavalos aí. Aí, o Mafuz me convida para ir trabalhar com ele. Eu digo: “Mafuz, isso é sacanagem com o Petrônio.” Quer dizer, a Sotel e a Grant brigavam. “E eu ganho muito bem na Grant. Não vai me pagar...” Diz ele: “Vou. Vou pagar o que tu quiser.” “Ai, ai, ai, ai, ai! Eu estou na Grant, trabalhando para gringo, vendeu a Sotel para a McCann, para gringo. O que eu quero com gringo, Mafuz?” “Não, porque eu vou ficar com a supervisão da região Sul e preciso de um cara da minha confiança aqui em Porto Alegre. E o sujeito é tu – não existia o ‘você’ –, não tem conversa.” A proposta era um negócio, entendeu? O quê? Vinte e três, 24, 25 anos, menino. A proposta era também irrecusável. Aí, eu fui jantar com o Mafuz e digo: “Mafuz, esses caras fizeram uma loucura. Como é que vocês vão administrar Esso e Ipiranga?” A McCann tinha a Esso. “Como vocês vão administrar isso?” Ele: “Não sei. Vai dar conflito nisso.”

I.S. - Ipiranga naquela época era conta de quem?

L.M. - Sotel. Portanto, Sotel, ao ser vendida para a McCann, passava a ser conta da McCann. E a Esso era a conta internacional da McCann, a conta mais importante da McCann no mundo inteiro. Então, a Ipiranga vai sobrar. Aí, nesse jantar, eu digo: “Escuta. Já que está cheio de problema aí, a proposta é irrecusável, mas eu acho que a gente pode tomar outro caminho. Por que a gente não faz uma agência?” O que aconteceu com todo mundo, quase todas as agências brasileiras se formaram assim.

V.A. - Assim como?

L.M. - Assim, o atendimento se impõe de tal forma, a figura do atendente é tão importante para o cliente, que supera as agências – coisa que eu corriji...

[FINAL DA FITA 1-A]

V.A. - O que é? Como quase todas as agências se formaram?

L.M. - Quase todas as agências brasileiras se formavam justamente... Figuras do atendimento fazem a sua própria agência e o cliente vai junto. Por quê? Porque, na época, o contato era mais importante do que a organização, coisa que eu acho que hoje as agências quase todas superaram, têm essa preocupação de não deixar a conta à mercê da figura que faz o atendimento.

I.S. - E o que se coloca no lugar dessa figura?

V.A. - Como essas agências superaram isso?

L.M. - O dono da agência sendo também atendimento e tendo uma presença eu não digo tão intensa, porque ele tem que estar em todos, mas muito intensa com cada um de seus



clientes. Eu, na MPM, depois, como empresário, no setor pelo qual fui responsável – Rio de Janeiro, Brasília – nunca saiu uma conta porque tivesse saído o atendimento junto.

V.A. - Não entendi.

L.M. - Nunca saiu uma conta da MPM para formação de outra agência. Por quê? Porque primeiro eu acho que não houve a tentativa de alguém que fosse importante dentro da MPM. No Sul, depois, houve. Aí, não que o Mafuz tenha omitido, mas outras circunstâncias. Mas eu tinha essa preocupação permanente: eu tenho que estar junto com o cliente, junto com o atendimento. Cansei de fazer visitas junto com... “Mas é uma visita de rotina.” “Eu vou junto, pô. Não tem nada para fazer aqui.”

V.A. - O senhor ia junto com o atendimento para o cliente.

L.M. - Ia junto com o atendimento para lá. O cliente fica feliz.

I.S. - E o senhor acha que antes disso os donos das agências não tinham esse tipo de presença?

L.M. - Porque eram quase todas multinacionais. Todas as agências brasileiras praticamente se formaram de profissionais que saíram das multinacionais para fazer. A não ser o caso do Olivetto, que era... Mas eu não sei, não me lembro se o Roberto Duailibi não saiu de uma McCann ou de uma Thompson.<sup>8</sup> Mas o Olivetto fez uma grande agência saindo da DPZ.

V.A. - Como era mesmo a agência do Mafuz?

L.M. - Sotel.

V.A. - Sotel. Não era dele?

L.M. - A Sotel era dele. Ele vendeu para a McCann. Aí, com quem fica a Ipiranga? A Isso vai deixar que a mesma agência atenda a Ipiranga? Não vai. Então, começou a amadurecer a idéia.

V.A. - Nesse jantar.

L.M. - Ao jantar. A gente está jantando na rua da Praia, em um restaurante. Esses dias, eu passei por lá e não existe mais nem o prédio, que dirá o restaurante [riso] onde se formou a MPM.

I.S. - Lembra do nome desse restaurante?

L.M. - Na rua da Praia, em Porto Alegre.

---

<sup>8</sup> 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 Francisc 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).

I.S. - Mas o nome, não.

L.M. - Não lembro. Era em cima de um cinema. No jantar, nós idealizamos uma agência.

V.A. - O senhor e o Mafuz. O Petrônio não estava nesse jantar.

L.M. - Eu e o Mafuz. Petrônio não está aí. Aí, é evidente que eu vou conversar com o Petrônio. “Escuta. O Mafuz está me fazendo uma proposta irrecusável.” “Eu te pago, o Bob Sutherland te paga o que ele te pagar.” “Não é isso, não quero fazer leilão. Existe uma idéia em torno dessa história. Topa?” Claro que ele topou. Mas aí foi a resistência caseira. [riso]

I.S. - De quem?

L.M. - Da mulher dele. Claro! O Petrônio tinha um salário maravilhoso, que provavelmente ela achava que ele nunca ia chegar naquilo. Pô, vai sair para uma aventura? Então, lá vou eu quebrar...

V.A. - Ele era o único casado?

L.M. - Não, o Mafuz era casado. Eu era o único solteiro. O Petrônio custou a decidir. “Petrônio, não tem outra saída. Se não fizer, não vou fazer leilão, eu vou trabalhar com o Mafuz ou vou fazer uma agência menor com o Mafuz. Ou vou fazer sozinho com a Ipiranga.” Porque eu já conhecia o pessoal da Ipiranga. “Eles vão ficar sem agência, eu tenho certeza de que eu monto uma agência e ele vem, porque o Mafuz vai me dar o aval.” O Mafuz era quem tinha o prestígio.

I.S. - E a Ipiranga era importante a esse ponto, de valer a pena fazer uma agência para atender?

L.M. - Era. Tinha dois grandes anunciantes no Rio Grande do Sul: Ipiranga e o Grupo Renner, que era A. J. Renner Indústria de Vestuário e Lojas Renner. A Ipiranga estava com o Mafuz e a Renner estava com o Petrônio. Eu não tinha nada. Comigo não estava ninguém.

V.A. - Mas o senhor tinha alguma coisa. Porque, se queriam sempre dobrar a oferta, o senhor tinha...

L.M. - Mas eu era bom. Eu era bom e não sabia. [risos]

V.A. - O senhor não tinha Ipiranga, não tinha Renner, mas tinha a sua capacidade.

L.M. - Eu não tinha nada, eu não tinha conta. Bom, o Petrônio acabou concordando. É evidente que, antes de a gente tomar a decisão, o velho A. J. Renner disse: “Eu acho que vocês fazem muito certo, acho que é por aí. Apóio vocês.”<sup>9</sup> O Herbert Renner, que era filho dele, que era quem cuidava do setor comunicação, também apoiou. E o grande

---

<sup>9</sup> Antonio Jacob Renner.

incentivador, indiscutivelmente, foi o homem da Ipiranga, dr. Francisco Martins Bastos. “Acho que vocês estão certos, vamos fazer e se quiserem eu sou acionista da empresa nova.” Isso não tem preço.

I.S. - E ele entrou como acionista?

L.M. - Entrou. Um acionista simbólico, para dizer: “Podem dizer que eu sou acionista da empresa.” Isso ajudava à beça. Essa figura é importantíssima dentro da MPM, por esse fato e por vários outros que aconteceram depois. Então, instala-se em... 1956?

V.A. - Pois é, nós temos duas datas: 56 e 57.

L.M. - É 56. Você quer, eu ligo para o Mafuz agora e ele dá a data. Quer ver? [Faz a ligação] [Ao telefone] Eu quero falar com o Mafuz, por favor. É Luiz Macedo.

[INTERRUPÇÃO DE FITA]

I.S. - Ele disse o mês também?

L.M. - 21 de junho.

V.A. - 21 de junho de 57, então.

L.M. - 21 de junho é uma data, porque a agência começou a trabalhar meio lá, a gente não sabia direito o que estava fazendo. Não houve um ato solene de inauguração nem de coisa nenhuma. Mas o Mafuz, não sei por que, essa data é dele, 21 de junho. Pode até ter sido o dia do jantar. [riso] Ou o dia em que a agência publicou o primeiro anúncio, que foi da Ipiranga.

I.S. - Mas é o dia da comemoração.

L.M. - É o dia da comemoração, sempre foi 21 de junho. Ficou sendo a data.

V.A. - E aí, montaram um escritório? Onde era?

L.M. - Montamos um escritório na rua dr. Flores, o número não sei. Mafuz sabe, te garanto. Funcionamos nesse escritório durante uns quatro ou cinco anos, depois mudamos, em Porto Alegre, para a rua Santo Antônio, um prédio que era de um cliente nosso, Frigorífico Renner.

V.A. - Tem alguma coisa a ver com esse Grupo Renner?

L.M. - É outro Renner, mas é a mesma família. Era Júlio Gaspar Renner. Depois, quando eu já estava aqui no Rio, nós construímos um prédio em Santa Teresa, um prédio muito grande, muito bonito.

V.A. - Aqui em Santa Teresa?

L.M. - Santa Teresa lá em Porto Alegre. O prédio hoje é ocupado pela Net, está alugado para a Net.

I.S. - Então, quando começou, começou com a Ipiranga, naturalmente. Quais eram os outros clientes importantes?

L.M. - Ipiranga, A. J. Renner e Renner. Depois, o grupo Bunge y Born tinha o Moinhos Riograndenses, de produtos basicamente de soja, margarina, óleo de soja. Eles eram clientes da Sotel, mas veio um argentino e disse: “A Sotel não existe mais, eu vou fazer uma concorrência.” E fez. Chamou três agências, fez a concorrência e nós ganhamos. E foi um anunciante importantíssimo.

I.S. - Como é o nome do grupo?

L.M. - É o Grupo Bunge y Born, que era o monopólio do trigo na América e eu acho que no mundo eles tinham uma participação muito grande também. E aí, com base nesses três clientes – os três fundadores, Ipiranga, Renner, Lojas Renner –, entrou um revendedor de máquinas agrícolas, Figueiras, muito importante, bom anunciante, que era anunciante quase diário de jornal.

I.S. - Figueiras é o nome da empresa?

L.M. - Figueiras. Ele era representante Caterpillar, na época de desenvolvimento agrícola muito grande no Rio Grande do Sul. Depois, Cia. de Cigarros Sinimbu, que era um cigarro importante lá. Depois, eu não sei quem comprou; não foi a Souza Cruz, não.

I.S. - Sinimbu era uma companhia de cigarros no Rio Grande do Sul?

L.M. - No Rio Grande do Sul. Uma companhia de Santa Cruz, tinha marcas que brigavam com as marcas da Souza Cruz, principalmente um cigarro popular chamado Hudson, que era bom anunciante. Basicamente, eu acho que esses foram os clientes mais importantes no início da MPM.

I.S. - Ou seja, todos eram do Rio Grande do Sul.

L.M. - Todos do Rio Grande do Sul. Não havia o atrevimento de tentar... Isso é importante, em termos de registro histórico: o nosso plano inicial era ficar no Rio Grande do Sul. Eu me lembro que eu dizia: “Vamos fechar a porteira. Quer dizer, não entra ninguém aqui. Vamos dar um tipo de serviço, vamos ser uma agência tão identificada com o Rio Grande que todo anunciante grande do Rio Grande se sinta obrigado a ser cliente da MPM.” Mas não passava mesmo pela cabeça de nenhum dos três a expansão para o Centro, que veio – vocês sabem, pesquisa, isso está ligado à história da MPM – quando a Ipiranga adquiriu a Gulf Petróleo, a rede de distribuição toda.<sup>10</sup> E aí: “Pô, como a gente vai entregar a Ipiranga para outro?” “Vamos junto.” Dr. Bastos deu a maior força: “Tem que ir, tem que ir junto.”

V.A. - Nesse início da MPM, como era a divisão de trabalho entre os três sócios? Porque nos interessa também recuperar um pouco sobre como era fazer propaganda nesse momento, em 57, governo Juscelino, desenvolvimentismo. Quais as diferenças no

---

<sup>10</sup> Em 1959, a Distribuidora de Produtos de Petróleo Ipiranga comprou a norte-americana Gulf Oil Corporation e criou a Companhia Brasileira de Petróleo Ipiranga.

funcionamento de uma agência naquela época para hoje. Quer dizer, um pouco sobre a divisão do trabalho, como funcionava.

L.M. - A agência era absolutamente feita dentro do modelo americano que era implantado no Rio de Janeiro. Nós fizemos na MPM a mesma estrutura que tinha a Grant e que tinha a McCann, que o Mafuz já conheceu quando vendeu a Sotel. O Mafuz custou a entrar na parte do dia-a-dia da agência, porque ele tinha um compromisso com a McCann que o obrigou a ficar uns seis meses fora. Então, eu e o Petrônio tocamos nos primeiros seis meses, o Petrônio totalmente na parte administrativa e também na parte de atendimento e eu na parte de atendimento. E, quando o Mafuz entrou, ele entrou também na parte de atendimento.

I.S. - Então, era uma divisão por contas?

L.M. - Era uma divisão por contas.

V.A. - Qual era essa estrutura importada da McCann? Como era essa estrutura?

L.M. - Era aquele modelo clássico da agência de propaganda. Quer dizer, era extremamente departamentalizada. Um departamento de criação, um departamento de atendimento, um departamento de tráfego, um departamento de produção, um departamento de rádio e televisão – que eu não quero assegurar se existia ou não. Aquele negócio muito certinho, muito quadrado. E a gente tinha à disposição o melhor material humano, porque quais eram as duas grandes agências? A Grant e a Sotel. Então, a gente fez uma seleção, indo buscar uma figura que foi muito importante na história da MPM, que era sócio de uma agência pequena: o Adão Juvenal de Souza. Ele veio e assumiu praticamente toda a parte gerencial, principalmente quando eu estava me deslocando para cá, quando eu estava vindo. Aí, o Adão tomou conta da operação da agência, toda operação era submetida a ele.

I.S. - Então, ele não era atendimento. Ele fazia só a parte gerencial.

L.M. - Fazia atendimento também e a parte de operação.

I.S. - Quer dizer, isso não era tão separado, em termos de departamento, o gerenciamento e o atendimento.

L.M. - Não, porque é evidente que os três – o “M”, o “P” e o outro “M” – estavam envolvidos em tudo. E o Adão era uma figura extraordinária, incrível, dessas por quem eu tenho o maior respeito como pessoa e como profissional. Por estar lá, não teve o nome dele reconhecido dentro do próprio meio de propaganda – se é que eles conviveram com ele – que ele deveria ter.

I.S. - Por estar “lá” onde?

L.M. - Lá, meio confinado no Rio Grande do Sul. Depois, ele assumiu a supervisão nacional da MPM, mas sempre sediado lá, não saía da querência, ficava lá. Uma figura importantíssima.

V.A. - Nós temos aqui um dado de que ele faleceu em 81, e que depois foi criado um prêmio em sua homenagem, é isso?

L.M. - Foi. Um acidente a serviço, indo para a inauguração de um varejo muito importante que nós tínhamos e que estava se instalando em Santa Catarina. Ele acompanhava o cliente e houve um acidente na descida, na aterrissagem. Fábio Santos também morreu nesse mesmo avião.

I.S. - Um avião particular?

L.M. - Um Líder desses da vida. A companhia não era a Líder, mas era um avião fretado. Não lembro se era um Cessna. Quem me deu a notícia foi o Jair Soares, que era ministro da Previdência.<sup>11</sup> Eu estava aqui no Hospital dos Servidores. O Jair Soares estava desesperado para encontrar alguém para o Servidores e eu tinha indicado – não tem nada a ver com propaganda – o nome do dr. Aluísio Sales da Fonseca. Médico, deve estar velhinho, famoso no Rio de Janeiro. E o Aluísio tinha assumido o Servidores e eu estava lá com os dois, no final da tarde. Foi o ministro Jair Soares quem me deu a notícia da morte do Adão. Uma cacetada.

V.A. - Eu queria voltar um pouquinho. Já algumas vezes aqui na nossa conversa o senhor teve a oportunidade de dizer: “Eu não entendo de propaganda, eu não sei de propaganda.”

L.M. - Continuo não sabendo.

V.A. - Mas como o senhor fazia atendimento? Isso é que eu queria entender.

L.M. - Olha, eu acho que aí é um negócio de vocação, de bom senso. Basicamente, o que é bom em propaganda? Você sabe?

V.A. - Não.

L.M. - E você, sabe? O Armando sabe?<sup>12</sup>

I.S. - Talvez não saiba.

L.M. - Eu acho que é muito equilíbrio, bom senso, muita adequação. Eu te diria, sem medo de me auto-ofender, que eu continuaria e continuo um curioso em propaganda e procurando sempre me orientar pelo que eu achava que o bom senso e o equilíbrio determinariam. Não tenho dúvida em afirmar isso, porque, na fase mais sofisticada da criação, já aqui no Rio de Janeiro e em São Paulo, os criadores da MPM sempre respeitaram a minha opinião. E eu participava: “Quero ver!” Eles tinham medo de entrar na minha sala. Eu digo: “Eu quero ver. Não sai sem eu dar uma olhada.” E tem episódios incríveis, de eu condenar e cancelar às vezes publicações autorizadas.

---

<sup>11</sup> Jair de Oliveira Soares foi ministro da Previdência entre março de 1979 e maio de 1982.

<sup>12</sup> 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.

I.S. - Autorizadas pelo cliente?

L.M. - Autorizadas pelo cliente! Uma vez, nós atendíamos o governo Negrão de Lima.<sup>13</sup> Luís Alberto Bahia era chefe da Casa Civil e era o nosso *interface* lá. Me passam a prova de anúncios que foram produzidos na semana. Aí, eu olho. “Esse anúncio aqui saiu?” “Não, está programado para domingo.” “O anúncio não vai sair. Está totalmente errado. Este anúncio, politicamente, é um desastre.” Eu me lembro que era um negócio, não me lembro qual era o produto, mas era – não vou me lembrar do serviço, o que a gente estava fazendo – um carro caído em um buraco de rua. Vai ser difícil eu saber que serviço nós estávamos vendendo. [riso] “Esse anúncio não vai sair.” Aí, veio o rapaz do atendimento e disse: “Dr. Bahia aprovou o anúncio, adorou o anúncio.” “Não vai sair. Liga para o Bahia.” “Dr. Bahia não está.” Eu digo: “Liga para o governador.” “O que há, Macedo?” “Governador, tem um negócio chato aqui no qual eu quero a sua cobertura junto ao Bahia, porque o Bahia pode ficar brabo comigo. Tem um anúncio aqui para sair domingo e eu não vou deixar sair, não. E o Bahia aprovou.” “Por que você não vai deixar?” “Eu não vou deixar por isso, isso, isso e isso.”

V.A. - O que o senhor achou do anúncio? Por que o senhor achou que não devia sair?

L.M. - Mostrava um buraco numa rua do Rio de Janeiro! Vendendo não sei o quê. Pô, há várias outras soluções para vender o que era. Ainda vou lembrar desse negócio. “Macedo, você acha que não deve sair?” Eu digo: “Não dá.” Uma belíssima mídia, programação de domingo, os caras só faltavam me matar. [riso] “Não vai sair, não.” E não saiu. Depois, eu recebi do dr. Bahia e do dr. Negrão o comentário de que, em matéria de profissionalismo, eles estavam satisfeítíssimos, mais uma demonstração da MPM. Então, eu sempre fui muito rigoroso. E eu acho que o cliente não pode – talvez uma das razões do sucesso da MPM –, eu dizia sempre: “Não pode abrir a guarda, não pode dar chance de haver volta, principalmente nessa área política.” Eu acho que o sucesso da MPM foi esse. E aqui nós estamos falando de área política. “A idéia é fantástica.” “A idéia é fantástica, mas se eu sou oposição, eu digo isto assim, assim e assim. Portanto, acabou a conversa, não sai e vamos partir para outra solução.”

I.S. - Quer dizer, o senhor faz um pouco o advogado do diabo para o cliente.

L.M. - Faço. E acho que é necessário. Eu dizia sempre: “Eu sou o cliente aqui dentro. Aqui nesta mesa, eu sou o cliente. Vocês têm que me convencer de que esse negócio é bom.” Participava daqueles *brainstorms* de criação e tal. Eles me aceitavam muito bem. [riso] E eles não são de aceitar, você sabe. Houve vários fatores importantes dentro da MPM que foram equilibrando a coisa. Nenhum dos três era da parte de criação, nem Mafuz, nem Petrônio, nem eu. Eu acho que a MPM não tem a marca da agência criativa, eu diria que seria muito mais uma agência de atendimento, mas que teve belíssimas oportunidades de mostrar criatividade, e mostrou. Sucesso e resultados excelentes para um sem-número de clientes. Senão, não teria o desempenho que teve, não sei quantos anos como primeira do *ranking*.

V.A. - Quinze anos.

---

<sup>13</sup> Francisco Negrão de Lima foi governador da Guanabara de 1965 a 1971.

L.M. - Quinze anos seguidos a maior agência de propaganda do Brasil. Cometendo erros incríveis, que até hoje eu: “Como se fez isso?” Mas faz parte.

I.S. - Erros em termos de campanha?

L.M. - Não, basicamente erros administrativos. Erros de campanha, alguns. Não me lembro agora, mas deve ter havido vários.

I.S. - Eu queria voltar para a compra da Gulf pela Ipiranga. Depois eu queria também retomar essa questão da política. Mas, só para dar uma seqüência ao crescimento da MPM, como foi esse episódio? Porque, na verdade, era uma empresa brasileira, gaúcha, a Ipiranga, em um processo de expansão, comprando uma empresa estrangeira. Como foi esse episódio dessa etapa de crescimento que acabou levando a MPM a crescer também?

L.M. - Eu acho que tem um parêntese aí extremamente necessário. O dr. Bastos falou: “Vai, vamos embora.” Chegamos aqui, o dr. João Pedro Gouveia Vieira já tinha entregado a conta para a Interamericana. E agora, o que você está fazendo aqui? Já tinha entregado a conta para a Interamericana do meu querido e saudoso Armando D’Almeida.<sup>14</sup> O que se faz? É evidente que um rompimento entre a família Bastos e a família Gouveia dentro da Ipiranga não aconteceria de forma nenhuma. Então, foi todo o esforço aqui de convencimento, de que não podia, que a MPM estava junto, que a MPM também tinha oportunidade. Eu fui ao dr. Gouvêa várias vezes, e ele: “Eu não tenho cara de dizer para o Armando D’Almeida que a conta não é dele. Ele veio aqui e eu entreguei a conta para ele.” Depois, eu não sei exatamente como eles resolveram lá dentro. Mas eu sei que a gente ganhou a parada e a conta ficou com a MPM. E aí, decidida a questão. “Então, já que a conta é de vocês, vem cá, toma aqui, tem esse trabalho para fazer.” Eu não conhecia ninguém no Rio de Janeiro, ninguém. Fiquei desesperado. “Mafuz, me manda urgente um cara aí que seja bom, um bom gráfico. Tem um monte de coisa para fazer aqui, desde o papel de carta.” Onde o cara se instala? Onde eu vou alugar um escritório? Não tinha a quem recorrer mesmo. Eu era um ilustre, um doido desconhecido. Me hospedei no Hotel Serrador, que era o hotel dos gaúchos, peguei um apartamento grande – os apartamentos eram grandes – e botei o cara que chegou, o cara do Mafuz, com a prancheta dentro do meu quarto. “Vai lá, compra pincel, compra tinta.” E instalou-se um estúdio ali. Para eu dormir com o cheiro de tinta, vocês não imaginam o que era! [riso] Fomos quebrando o galho, e aí eu encontrei o Luís Carlos da Nóbrega, que tinha voltado para o Rio, aquele cara que me levou para a propaganda. Eu digo: “Você vai trabalhar com a gente, vai ser o gerente da MPM aqui no Rio.”

---

<sup>14</sup> Armando D’Almeida trabalhava na General Motors em 1926 quando foi incumbido de organizar um departamento de publicidade na empresa. Em 1929, fundou a A. D’Almeida, que atuava como representante da agência novaiorquina Foreign Advertising Service Bureau. Em 1939 Armando D’Almeida transformou a empresa em sociedade anônima e mudou sua razão social para Inter-Americana de Publicidade S. A. Em 1967, a agência fundiu-se à Salles, de Mauro Salles, dando origem à Mauro Salles/Inter-Americana de Publicidade. Dez anos mais tarde, com a saída de Mauro Salles, a empresa passou a chamar-se Salles/Inter-Americana de Publicidade, ficando sob a direção de Luís Salles. Em 1994, a Salles/Inter-americana associou-se à D’Arcy Masius Benton & Bowles (DMB&B), e a agência passou a se chamar Salles DMB&B, tendo Mauro Salles na presidência do conselho. Um dos fundadores da Associação Brasileira de Propaganda (ABP), Armando D’Almeida foi seu presidente entre 1941 e 1942. Presidiu a Associação Brasileira das Agências de Propaganda (Abap) de 1956 a 1965.



I.S. - Ele estava em outra agência?

L.M. - Não me lembro se ele estava em agência. Porque o Luís Carlos é um sonhador até hoje, até hoje ele inventa coisas para fazer. Mas sei que aí ele descobriu um escritório lá na avenida Churchill, nos instalamos lá, também era uma salinha. Depois, fomos para a avenida Rio Branco. Mas a guerra começou daí, de não ter um lugar para ficar. Mas fomos levando e o milagre aconteceu. Era um escritorzinho razoável na avenida Rio Branco, depois mudamos para a Presidente Vargas.

I.S. - E no começo aqui a conta era a da Ipiranga?

L.M. - A conta era exclusivamente a da Ipiranga. E esse negócio deve ter durado uns seis, oito meses. Aí, monta um escritorzinho, está certinho na Rio Branco, umas 12 pessoas, já era uma agência, trabalhando exclusivamente para a Ipiranga. Então, partiu-se para a conquista de...

[FINAL DA FITA 1-B]

L.M. - ...anunciava mais que o outro, cada um pegava mais coisa para vender...

V.A. - A gente está falando aqui do cliente Imobiliária Nova York. Depois de uns seis ou oito meses só Ipiranga...

L.M. - Dedicados exclusivamente à Ipiranga. Quer dizer, normalizado o atendimento da Ipiranga, partiu-se para a conquista de novos clientes. Entrou Imobiliária Nova York, depois Colchão Anatom. Fez-se milagre com o Anatom enfrentando as marcas, os Probéis da vida aí.

V.A. - Por quê? Anatom era novo?

L.M. - Era. Era um conceito novo de engenharia de colchão. Mas vendeu! Mas o pessoal era muito primário, em matéria de organização. Foi uma pena, uma pena mesmo.

V.A. - Por quê? Quem era primário?

L.M. - Os donos da marca, os donos da Anatom. Eu acho que tomei nota de uns clientes aqui do Rio. Imobiliária Nova York, Anatom, SulAmérica entrou depois, Ponto Frio foi cliente nosso aqui. O maior de todos, depois, foi a Souza Cruz. Teve uma época em que a MPM tinha 80% das marcas da Souza Cruz.

I.S. - Quem conquistava essas novas contas? Porque a agência tem que correr atrás, como o senhor falou. Quem fazia essa tarefa?

L.M. - Eu acho que a minha participação sempre foi... Eu não diria decisiva, definitiva, mas aí havia uma equipe, uma equipe muito... A MPM montou uma estrutura, quando a gente passou para a rua Dona Mariana, que era muito respeitada. As coisas aconteciam. Às vezes, até eu me surpreendia, as coisas aconteciam. Eu trabalhei a conta da Souza Cruz durante uns três anos.

V.A. - O que significa “trabalhar”?

L.M. - É estar permanentemente em contato, sabendo das coisas, levando informação. Eu tinha um departamentozinho de pesquisa. “Tudo o que acontecer em matéria de cigarro no mundo, eu quero saber.” Não que a Souza Cruz precisasse disso, porque era BAT, uma senhora multinacional.<sup>15</sup> Mas eles sabiam, qualquer cara que assumisse lá o departamento de *marketing*, eu estava junto com ele, almoçava com ele de vez em quando. Eu dizia: “O negócio de cigarro está importante assim, assim e assim.” Eles se surpreendiam [riso] com a minha sabedoria a respeito de cigarro e acabaram me dando uma marca, que foi o Minister.

I.S. - Quer dizer, foram três anos antes de ter a conta?

L.M. - Três anos antes de entrar, antes de ter a conta. Olha, três anos eu estou dando para vocês por baixo, [riso] mas vamos dizer três anos. Até que um dia eu estava andando na praia de manhã e um rapaz da Souza Cruz que tinha ficado muito meu amigo e também andava de manhã cedo: “Vai lá que eu acho que tem uma boa notícia para você.” Me mandei, [riso] já estava lá. Cheguei antes dele. “Nós vamos fazer uma experiência com a MPM, o Minister. Resolvemos dar o Minister para vocês.” Aí, o trabalho foi muito bom, muito bom mesmo. E acho que foram feitas campanhas memoráveis, principalmente para o Hollywood.

V.A. - Depois do Minister, vieram as demais marcas?

L.M. - É.

V.A. - Todas elas?

L.M. - Não, todas não. Mas 80% das vendas deles eram contas da MPM. Era Hollywood, o relançamento do Belmont, que foi um cigarro importantíssimo, um cigarro popular que vendia muito. Era muito material de *merchandising*, muito ponto de venda, muito anúncio em rádio no interior.

V.A. - Essa vinda para o Rio foi em 59?

L.M. - É, 59. Eu vim morar em 1960, mas a partir do momento em que nos instalamos aqui, junto com a Ipiranga, o meu foco foi Rio de Janeiro. Eu voltava a Porto Alegre de dez em dez dias ou final de semana, mas estava aqui durante a semana toda.

V.A. - Em 59 o senhor veio para cá. Ou foi em 60?

L.M. - Não, em 59 eu vim sem morar, ficando em hotel. Em 60, trouxe família e vim para cá.

V.A. - Perfeito. Aí, foram dois anos depois da fundação, porque a fundação da MPM foi em 57, então dois anos depois o senhor já estava aqui.

L.M. - É.

---

<sup>15</sup> British American Tobacco.

V.A. - E em 57 aconteceu o I Congresso Brasileiro de Propaganda, que acabou levando àquele Código de Ética dos profissionais da propaganda. Quer dizer, no mesmo ano de fundação da MPM, tem esse congresso. Os senhores já tinham contato com esse grupo maior?

L.M. - Não, não. Não havia uma presença política da MPM. Não havia, não. Mesmo no setor.

V.A. - Mas como membro desses congressos?

L.M. - Não lembro de a gente ter participado desse congresso. Onde foi?

V.A. - Eu não sei, a gente não tem o dado de onde foi. Mas ele depois levou ao Código de Ética, que foi aprovado por lei em 65, 66.<sup>16</sup>

L.M. - Aí a gente já participou.

V.A. - Mas esse Código de Ética foi aquele do congresso de 57. A gente tem o dado aqui de que a Lei 4.680, de 65...

L.M. - A Lei 4.680 de que ano é?

V.A. - De 65, regulamentada em 66. Ela vai dizer que aquele Código de Ética feito no I Congresso de 57...

L.M. - Fica anexado.

V.A. - Exato. Então, em 57 os senhores ainda não estavam no circuito, digamos assim, nacional de relacionamento com outras agências?

L.M. - Já que você provocou e tal, depois você bota na ordem. A entrada da MPM na parte política das empresas de propaganda, quer dizer, onde ela apareceu, foi quando o Instituto Brasileiro do Café fez uma concorrência e chamou seis agências. Se você estiver interessada, depois sou capaz até de te dar os nomes delas. Eu reuni meu pessoal, nós já estávamos na Presidente Vargas: “Olha, é a grande oportunidade, vamos mandar brasa, vamos entrar, temos que ganhar esse treco de qualquer jeito.” Aí, eu recebo um telefonema do nosso querido Cícero Leuenroth, que nunca tinha falado comigo na vida, e que eu não conhecia pessoalmente.<sup>17</sup> Cícero Leuenroth: “Ô, Macedo, tudo bem?” Digo: “Oi, Cícero, tudo bem.” Muito humildezinho, lá no meu canto. “Olha aqui, aquele negócio do IBC eu já resolvi como é que nós vamos fazer.” [riso] Depois eu brincava

<sup>16</sup> O I Congresso Brasileiro de Propaganda realizou-se entre 29 e 31 de outubro de 1957, na sede da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), no Rio de Janeiro.

<sup>17</sup> Cícero Leuenroth (1907-1972) estudou administração e propaganda na University of Columbia, 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, partiu para a fundação de sua própria agência. A Standard Propaganda foi fundada por Cícero, Pery de Campos e João Alfredo de Souza Ramos, em 1933, 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 foi membro da comissão organizadora da ABP – Associação Brasileira de Propaganda e presidiu a ABP entre 1946 e 1947.

muito com ele sobre isso, depois ele ficou muito meu amigo. Eu digo: “Você resolveu. Ah, que bom. E eu posso saber qual é a solução?” “Nós vamos fazer um consórcio, não vai haver concorrência nenhuma. Então, o último que faltava era você, está tudo resolvido.” Eu digo: “Cícero, eu não sou sozinho, eu não decido sozinho. Eu tenho que conversar com o Petrônio, com o Mafuz.” “Não, não tem de conversar nada, garoto. Não tem que conversar nada! Está resolvido. Você não é burro, que eu sei. Você vai ter uma parte da verba, se você ficar sozinho você não ia ter nenhuma, jamais você ia ganhar essa concorrência.” Aí, não falei com Petrônio, com Mafuz, nada. Eu chamei o meu povo, que já estava trabalhando. Eu digo: “Olha, acabei de receber um telefonema nesses termos. Se vocês quiserem parar o trabalho, para a MPM, comercialmente, é bom negócio. Agora, eu gostaria de tocar esse negócio e enfrentar os poderosos.” Porque eu vi que aquilo, o simples fato de a MPM entrar contra um consórcio – porque estava na cara que eles, os outros, iriam se consorciar –, já seria um fato importante para a projeção da MPM. Não havia dúvida.

V.A. - O senhor falou: “Eu chamei meu pessoal”. Qual pessoal?

L.M. - Meu pessoal de criação, meu pessoal de atendimento, aquele pessoal que trabalhava comigo.

V.A. - Aqui no Rio.

L.M. - Aqui no Rio. “Vamos?” Os caras subiam pelas paredes. “Claro que vamos! Vamos nessa, vamos ganhar desses caras!”

I.S. - Enfrentar o consórcio!

L.M. - Enfrentar o consórcio.

I.S. - Isso, depois de pouquíssimo tempo da MPM no Rio.

L.M. - No Rio. Eram Standard, Norton, Denison, Alcântara Machado e tinha uma outra. O Cícero viajou, não me telefonou e ninguém me telefonou. Ele me disse: “Depois o Guilherme fala contigo.”

V.A. - Quem era Guilherme?

L.M. - O Guilherme da Standard. Como era o nome dele, meu Deus do céu?<sup>18</sup> Figura linda. Era o gerente da Standard. Vou lembrar o nome dele. O Guilherme não me ligou. Então, o negócio estava tudo como eu queria: ninguém me falou nada. E o IBC tem uma data para apresentação, tinha marcado a data. O Válder Fontoura era o presidente da comissão que decidiria a escolha da agência. Gente, o que a gente trabalhou não foi brincadeira. Eu tinha contratado uma figura lendária na propaganda, ninguém mais queria... “Eu quero.” O velho Loponte.

I.S. - Loponte?

---

<sup>18</sup> Possivelmente Guilherme Augusto de Vasconcelos, superintendente da Standard.

L.M. - Loponte. O primeiro nome dele, não lembro. Vou lembrar.<sup>19</sup> O Loponte fez um trabalho, ele era criador e era bom.

I.S. - Redator?

L.M. - Redator. E ele sabia que era a grande oportunidade dele, eu tive uma conversa muito séria com ele: “Ô velho, se a gente ganhar isso, foi você quem ganhou. O seu talento. Vamos nessa.” Esse cara fez um trabalho primoroso! Quando chegou a véspera da apresentação, aí o Guilherme me ligou: “Macedo, como é o negócio? Você vai junto com a gente?” Eu digo: “Aonde?” “No IBC, fazer a apresentação.” “Eu vou fazer a minha apresentação.” “Mas como, a ‘sua’ apresentação? Você não acertou com o Cícero?” “Não acertei nada com o Cícero.” Eles não tinham, eles tinham praticamente tudo em *rough*. Apresentação sem maiores compromissos. “Nós somos um consórcio – até estava certo –, a nossa idéia inicial é essa, agora queremos discutir com vocês.” A MPM apresenta um trabalho com pesquisas, com um hino, era um negócio sobre a erradicação de café. Espírito Santo, São Paulo, vamos erradicar, acabar com todos esses cafezais velhos que não dão mais e fazer um replantio. O governo com recursos internacionais para isso tudo. O Miguel Gustavo fez um hino sobre isso, um hino sobre o rei café, o novo rei café, um negócio fantástico. A decisão, normalmente, dura o quê? Dez dias. Eles sortearam, o consórcio foi lá, fez a apresentação de manhã e nós fizemos de tarde. Para vocês terem idéia do clima na agência, quando nós saímos com aquelas pastas todas ali, o pessoal soltou foguete na avenida Presidente Vargas. [riso]

I.S. - O pessoal da MPM?

L.M. - Da MPM. *Rá tá pá, pom pom pom!* Porque nós estávamos indo para a apresentação.

I.S. - Sem o resultado ainda?

L.M. - Sem nada. Me emociona contar isso. A gente chegou, fez a apresentação. O Válder Fontoura, no meio da apresentação: “Isto aqui é um massacre, isto é um banho.” Eu fiz que não entendi, não é? Terminamos a apresentação, voltamos para o escritório em uma tensão incrível. Meia hora depois, bateu o telefone: “Macedo, vem ao IBC que o Leônidas Bório quer falar com você.” Leônidas Bório era o presidente do IBC.<sup>20</sup> O Válder estava me esperando. “Dr. Macedo, vocês ganharam e o Bório quer falar com você.” “Está bom.” Eu agüentei, não é? Eu agüentei, quieto. Aí, o Bório chegou: “Olha, para a minha surpresa, o trabalho de vocês é incomparavelmente melhor. Agora, eu quero saber uma coisa: e a estrutura política para agüentar isso?” Eu digo: “É muito mais sua do que minha. Eu fiz a minha parte. Agora, se você está falando em pressão política em cima, aí não é comigo, é com você.” Porque aí já vamos entrar em uma parte que vai acontecer depois. O Jango tinha acabado de ser deposto. Eu, sobrinho do Jango, supervisionado nas continhas que eu já tinha, um pedacinho de Caixa Econômica. Isso foi em 65.

I.S. - Esse episódio todo do IBC foi em 65?

---

<sup>19</sup> José Orlando Loponte.

<sup>20</sup> Leônidas Bório, engenheiro, foi presidente do Instituto Brasileiro do Café entre abril 1964 e março de 1967.

L.M. - É, foi. Foi logo depois. O Bório já tinha percebido: isso vai dar confusão. “O problema é seu, não é meu. Mas eu posso ajudar, vamos ver.” Bom, voltei para o escritório, nós ganhamos, foi aquela festa, aquela loucura. Aí, tinha que administrar a loucura da garotada.

V.A. - E o Loponte?

L.M. - O Loponte? Realizado, o velho. Aí, trabalhamos, fizemos...

V.A. - Mas como eles conseguiram...

L.M. - Não, iniciamos a campanha. O Cícero foi leal comigo. Ele: “Macedo, você não descumpriu nada. Você me enrolou. Eu nunca fui enrolado, ainda mais por um garoto. Você vai aprender. Essa campanha não sai.” Ele foi ao Bulhões e envenenou o Bulhões, que era uma figura maravilhosa.

V.A. - O Otávio Gouveia de Bulhões?<sup>21</sup>

L.M. - É. Ele enrolou o Bulhões, disse que era trambique político, que não podia acontecer aquilo. A campanha já estava entrando no ar e ele conseguiu trancar a campanha. A campanha não saiu. Mas a projeção da MPM, esse é o ponto de partida. A MPM passou a ser uma agência importante a partir dessa jogada. Não foi frustrado o esforço, não. Porque, ali, todo mundo só falava nisso: “A MPM ganhou.” “A MPM ganhou.” Eu dei a cobertura. Por essas coincidências, o cara que era do SNI, que era chefe de gabinete do Golberi, era muito meu amigo, o Nilton Leitão, um sujeito sério.<sup>22</sup> E eu disse: “Nilton, está acontecendo isso assim, assim e assim. Eu preciso, no mínimo, de um telefonema seu para o Bório, para tranquilizá-lo.” O Leitão pegou o telefone na minha frente: “Bório, não se mistura. Ou isso não é revolução. Não se misturam essas coisas. Eu conheço o dr. Luiz Macedo, é um profissional competente, e nós não vamos admitir trapaça nesse negócio.” Mas, mesmo assim, o Cícero... Cícero era um craque. Um gênio! Acabaram encontrando um motivo lá para cancelar, suspenderam provisoriamente a campanha. Nunca mais saiu.

I.S. - E veicularam a campanha do consórcio?

L.M. - Depois, quando o Caio Alcântara Machado assumiu a presidência do IBC.<sup>23</sup> Mas aí já foi uma outra campanha, e aí eu liderei o consórcio. [riso]

I.S. - Quer dizer que, na verdade, ninguém ganhou naquela ocasião.

L.M. - Ninguém ganhou. Eu acho que eu ganhei. Eu ganhei no campo e ganhei politicamente a projeção que a MPM precisava. A MPM, a partir daquele momento, passou a ser uma agência importante, uma agência de prestígio.

---

<sup>21</sup> Otávio Gouveia de Bulhões foi ministro da Fazenda entre abril de 1964 e março de 1967.

<sup>22</sup> Em junho de 1964, Castelo Branco nomeou Golberi do Couto e Silva chefe do Serviço Nacional de Informações (SNI), cargo que ocupou até março de 1967 quando terminou o mandato presidencial e assumiu as funções de ministro do Tribunal de Contas da União (TCU).

<sup>23</sup> Caio de Alcântara Machado foi presidente do Instituto Brasileiro do Café entre janeiro de 1968 e dezembro de 1969.

I.S. - E antes daquele momento? Na época do Jango, a MPM não tinha contas de governo?

L.M. - O presidente João Goulart um dia recebeu a minha visita no palácio.

V.A. - O senhor é sobrinho.

L.M. - Irmão da minha mãe. E sempre foi muito meu amigo. Por quê? Porque eu cuidava dos cavalos dele no hipódromo em Porto Alegre. Fui muito ligado a ele sempre. Eu digo: “Jango...” Tem o episódio da campanha dele para vice-presidente, fui eu que fiz. Nós vamos chegar lá, não sei como você vai botar ordem nessa loucura aí.

V.A. - Não tem problema.

[INTERRUPÇÃO DE GRAVAÇÃO]

I.S. - Nós estávamos na entrada no gabinete do João Goulart.

L.M. - Você me perguntou se, na época do Jango, a MPM tinha contas.

V.A. - Aí, o senhor disse: “Fui um dia visitar o Jango.”

L.M. - O Jango presidente da República. Eu cheguei e disse: “Olha, estou puxando a brasa para o meu fogo. Tem uma concorrência aí de Caixa Econômica Federal que só tem agência estrangeira. E eu acho que agência estrangeira não deve entrar de jeito nenhum em conta de governo.” Aí, começa uma história que depois tem um episódio muito engraçado. [riso] Eu estava em Brasília um dia, quando eu ia ser ministro...

V.A. - Ih, isso também a gente não sabe!

L.M. - Ela sabe.

I.S. - Que ia ser ministro?

L.M. - Ela sabe.

I.S. - Mas depois você conta.

L.M. - Aí, uma moça disse: “Mas isso é antes da Lei Macedo.” Eu digo: “Que deputado é esse, de Lei Macedo?” “A Lei Macedo é sua.” “Como é o negócio?” “O senhor não sabe que todo mundo aqui em Brasília chamam de Lei Macedo a que impedia as agências estrangeiras de terem conta do governo?” A Lei Macedo só foi revogada agora. Só dois ou três anos atrás é que entrou McCann, entraram as estrangeiras. Então, a Lei Macedo começou aí. [riso] Foi o dia em que eu disse para o Jango e ele disse: “Eu acho que você tem razão. Não deve, não.” Chamou alguém que eu não lembro quem era e disse: “Olha, não quero agência estrangeira.” Aí, me perguntou: “Tua agência vai concorrer?” Eu digo: “Claro que vai!” Ele: “Mas não tem colher de chá.” Eu digo: “Tudo bem. O que eu quero é impedir as estrangeiras.” Ganhei.

V.A. - Tinha outras brasileiras concorrendo?

L.M. - Eram duas ou três. Era muito pequenininha a parte da Caixa, era loteria. Era muito pequena e não houve grande interesse. Ganhei. Lisamente, como sempre, graças a Deus. Eu acho que foi o primeiro vínculo da MPM com conta de governo.

V.A. - Quando foi isso? O Jango entrou em 61. Foi quando era parlamentarismo ou presidencialismo? O senhor também não sabe?

L.M. - Não sei. Depois, já na época da revolução, o Nestor Jost, presidente do Banco do Brasil, através do conhecimento de um funcionário meu, Nelson Gomes Leite...<sup>24</sup> Tinha uma pessoa no Banco do Brasil encarregada de publicação dos editais. Eu digo: “Nelson, vai em cima dele e mostra a vantagem, que esse cara não vai ter trabalho nenhum, a agência faz tudo.” E nós pegamos os editais do Banco do Brasil.

V.A. - Isso foi já depois de 64?

L.M. - Já! Nestor Jost.

I.S. - E vocês ainda tinham Caixa Econômica?

L.M. - Tinha. A Caixa Econômica, nunca perdi. Depois, eu convenci o dr. Nestor Jost, o dr. Osvaldo Colin, a diretoria dele, de que o Banco do Brasil tinha que ser um anunciante, porque o Banco do Brasil estava concorrendo com os outros bancos. A MPM é responsável pelo Banco do Brasil se tornar... Hoje é dos grandes, talvez o maior anunciante do Brasil, mas a responsabilidade de colocar, de convencer o Banco do Brasil de que ele devia ser anunciante, foi nossa. E, depois, brigar com os veículos, porque alguns veículos queriam considerar os anúncios do Banco do Brasil como aquelas publicações oficiais e cobrar o dobro da tabela. Eu tive brigas homéricas, porque eu chegava e brigava pelo preço. Banco do Brasil. Depois, com a TV Globo, me lembro que o Arce dizia: “Macedo, você conhece a tabela, está aqui.”<sup>25</sup> Eu digo: “Arce, eu quero negociar isso.” Diz ele: “Nós não vamos negociar preço com o Banco do Brasil.” Eu digo: “Vão negociar preço com o Banco do Brasil ou vão ficar fora da mídia.”

I.S. - Os veículos queriam cobrar o dobro da tabela? Isso era uma praxe?

L.M. - Porque era matéria política.

I.S. - Isso era uma praxe?

L.M. - Matéria política é o dobro da tabela.

I.S. - Então, consideravam o Banco do Brasil como matéria política.

L.M. - É. Nunca o Banco do Brasil tinha anunciado, quando o Banco do Brasil... “Ah, isso é matéria política, é o dobro.” Eu digo: “Não, não é o dobro, é anunciante normal e vai negociar.” Aí a razão de a MPM ter ficado durante todos esses anos com as contas: pela credibilidade. Quer dizer, isso era um negócio sagrado dentro da agência. Interesse

---

<sup>24</sup> Nestor Jost presidiu o Banco do Brasil entre 1967 e 1974.

<sup>25</sup> José Ulisses Arce, responsável pelo setor comercial da emissora.



do cliente acima de tudo. Tem que brigar, tem que brigar por tostão para que o cliente se sinta protegido e livre de qualquer tipo de indagação, de ameaça de qualquer coisa. A MPM nunca, mesmo na hora da revolução... Teve processo querendo saber o que a MPM tinha feito? Teve. A Eletrobrás, isso é outra história, depois. Os caras fizeram uma CPI lá dentro. CPI, não, mas um inquérito fantástico lá para incriminar a MPM.

V.A. - Como foi isso? Por causa da conta da Eletrobrás? Eu não entendi.

L.M. - A conta da Eletrobrás. Quando a Eletrobrás se constituiu, foi no governo do Jango.<sup>26</sup> Quem era o presidente da Eletrobrás? Aí, você vai dizer: “Ah, porque era sobrinho.” Não, por mérito, porque é um dos sujeitos mais fantásticos que eu conheço: Paulo Richer. É o primeiro presidente da Eletrobrás.

V.A. - Nós temos aqui entrevista com ele.<sup>27</sup>

L.M. - Ele é o cara mais rigoroso que eu já vi na minha vida, mais chato para detalhe, para minúcia, para que tudo seja feito de acordo com o figurino. Então, não encontraram um pingão de qualquer coisa que pudesse ser irregularidade. Mas é evidente que tiraram a conta. Os milicos que assumiram tiraram a conta da MPM. Uns quatro anos depois, eu tive a satisfação de o dr. Mário Bhering me chamar lá.<sup>28</sup> “Ô, Macedo, tudo bem?” “Tudo, dr. Mário. O que há de novo? Como vai a empresa?” “A empresa está resgatando uma injustiça neste momento. Eu quero que a MPM seja a agência da Eletrobrás. Verba nenhuma, mas eu quero dizer que a minha agência é a MPM.” Eu digo: “E eu quero dizer que a Eletrobrás é meu cliente.” Então, tem passagens importantes. [riso] Agora é que eu estou vendo, aqui nesta lembrança.

V.A. - Agora, essa conta da Eletrobrás, as mídias também queriam cobrar dobrado?

L.M. - Não, aí não, porque sabiam que a parada era perdida, não tinha hipótese. Mas o negócio aconteceu justamente com o Banco do Brasil.

I.S. - E não era incompatível, não era conflitivo, Caixa Econômica e Banco do Brasil?

L.M. - Eu jurava que não. Alguém às vezes ousava levantar esse tipo de coisa. [riso] Eu digo: “Não tem nada a ver uma coisa com outra. A Caixa é um negócio de poupança.” É evidente que, se fosse analisar, esmiuçar, havia interesses que eram... “A Caixa Econômica tem o mesmo interesse do Banco do Brasil nesse tipo.” Mas a gente levava, contornava e nunca houve vazamento de alguma coisa. Teve uma época em que a MPM atendia seis bancos, eu acho. Atendia o Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal, o Banco do Rio Grande do Sul, em Minas Gerais tinha um banco, era o Banco de Brasília e tudo corria muito bem.

<sup>26</sup> A Eletrobrás foi criada em 1962 para promover estudos e projetos de construção e operação de usinas geradoras, linhas de transmissão e subestações, destinadas ao suprimento de energia elétrica do país.

<sup>27</sup> Entrevista realizada entre 2/2/1988 e 9/5/1988 no contexto do projeto “Memória do setor de energia elétrica: fase pré-operacional da Eletrobrás (1953-1962)”, resultado de um convênio entre o CPDOC/FGV e o Centro de Memória da Eletricidade no Brasil.

<sup>28</sup> Mario Pena Bhering, engenheiro, foi presidente da Eletrobrás de 1967 a 1975 e de 1985 a 1990. Seu depoimento, prestado entre 6/7/1988 e 14/7/1988, também fez parte do projeto “Memória do setor de energia elétrica: fase pré-operacional da Eletrobrás (1953 a 1962)”, desenvolvido em convênio entre o CPDOC-FGV e o Centro de Memória da Eletricidade no Brasil.

I.S. - Eu tenho uma dúvida em relação à questão do preço da matéria política. Quer dizer, existe uma regra de que matéria política é mais caro?

L.M. - Existia. Matéria política é o dobro da tabela. Tabela que nunca foi respeitada. Se colar, colou.

I.S. - Isso eu não sabia.

L.M. - Hoje não deve ser mais assim.

I.S. - E, com essas contas todas de governo, vocês chegaram a abrir algum escritório em Brasília?

L.M. - Um escritório muito bem montado em Brasília.

I.S. - Quando vocês foram para lá? Foi na época do Jango ainda?

L.M. - Não! Depois, eu tinha que mostrar a eles... Porque era guerra. Amigos meus, inclusive, faziam não a boa intriga, não é? [riso] “Que revolução é esta que beneficia...” Mas eu tinha que vender, tinha que montar diferenciais. “Então, vou fazer uma *big* agência em Brasília. Vou pegar os estagiários de Brasília, vou trazer para dentro da agência, vou mostrar que Brasília é encarada como um mercado.” Me virei muito para conseguir clientes comerciais em Brasília. Consegui. A garotada trabalhou muito bem. E os caras acabaram resolvendo coisas na Caixa, faziam trabalho para a Caixa, para o banco, eu mandava pessoal daqui para lá toda hora. Então, tinha uma MPM em Brasília capaz de atender a Souza Cruz, se quisesse. Chegou uma época em que eu acho que tinha 40 pessoas no escritório de Brasília.

I.S. - Quem coordenava o escritório de Brasília?

L.M. - Quando o escritório ficou grande, importante, eu mandei para lá o Euler Matheus, que é outra figura importantíssima dentro da história da MPM.<sup>29</sup> O Euler é um menino que entrou como *trainee* de atendimento dentro da MPM. Tinha condição, passou e depois foi um cara em cujas mãos eu entregava todas as jogadas importantes. Eu digo: “Euler, eu quero que faça assim, assim e assim.” Eu nunca tive um momento de decepção com o Euler. Aí, quando a MPM foi vendida, imbecilmente fizeram uma guerra contra ele.

[FINAL DA FITA 2-A]

V.A. - ...Euler Matheus, na hora em que a MPM foi vendida, sentiu...

L.M. - Eu acho que houve um erro administrativo muito grande dos compradores em não darem o valor devido ao trabalho do Euler aqui. E ele foi na minha casa dizer: “Olha, acho que eu vou sair. Tenho uma proposta do Mauro Salles.” Eu peguei o telefone, liguei para o Mauro e digo: ‘Mauro, grande jogada. Você vai contratar o melhor profissional de atendimento, administração.’ E o Euler fez uma carreira brilhantíssima na Salles também. Parou agora, se aposentou.

---

<sup>29</sup> Euler Matheus foi presidente da Associação Brasileira de Propaganda (ABP) entre 1991 e 1993.

V.A. - O senhor estava dizendo que esse trabalho da MPM após 64 foi bastante difícil, inclusive alguns amigos seus que faziam intriga contra.

L.M. - Não vou dizer quais eram.

V.A. - Claro. No fundo, o fato de ser sobrinho do Jango, nesse contexto, nessa conjuntura, não foi bom para o senhor, então.

L.M. - Não. Porque se prestava como alvo a intrigas, a tentativas de concorrentes de ficar com as contas. Era uma questão de sobrevivência ali. Aliás, tudo na vida, se não tiver uma ação política, você dificilmente vai ter sucesso. Mas eu era amigo do senador Daniel Krieger.<sup>30</sup> Por quê? Por que eu era amigo do senador?

V.A. - Cavalo?

L.M. - Cavalo, claro! [risos]

V.A. - O grande negócio é cavalo!

L.M. - Um cavalo dele ganhou um Grande Prêmio em Porto Alegre e o cavalo estava medicado. Então, por injunções políticas, ele foi criticado pelo fato.

V.A. - De *doping* do cavalo?

L.M. - É, de *doping*, medicação. O cavalo foi desclassificado por *doping*. E foram em cima do senador, que era presidente do Jockey Club do Rio Grande do Sul. E quem saiu em defesa dele? “Não pode, de jeito nenhum. O cavalo podia até estar medicado, devia estar dopado. Agora, o que o proprietário tem a ver?” Quer dizer, vai passar na cabeça de alguém que o Daniel Krieger foi na cocheira ou deu um remédio ou mandou dar um remédio para o cavalo? Aí, quando a guerra estava grande em cima de mim, eu fui ao Daniel Krieger. “Preciso falar com o senhor. Está acontecendo isso.” Ele: “Macedo, eu já esperava isso. O que eu posso fazer para te ajudar?” Eu digo: “Tudo, inclusive falar com o presidente da República e dizer o que o senhor quiser a meu respeito. Agora, isto que estão fazendo é extremamente injusto, eu nunca fiz um envolvimento político da MPM. Mas vai haver sucesso do outro lado se eu não tiver uma defesa nesse negócio.”

V.A. - Mas o que estavam fazendo?

L.M. - “Como é que pode a conta da Caixa Econômica, a conta do Banco do Brasil ficar aos cuidados de uma pessoa ligadíssima ao presidente deposto por ser comunista, por não sei o quê. Isso aqui é um suporte para dar elementos para que ele possa voltar amanhã comandando uma...” Aquele negócio que fazem, faziam mesmo. Aí, o Daniel falou com o presidente Castelo Branco. E eu soube depois, pelo senador Villas Boas, quando nós viajamos para o lançamento da Loteria Esportiva, porque eu acompanhei a

---

<sup>30</sup> Daniel Krieger foi eleito senador pelo Rio Grande do Sul por três mandatos consecutivos (1955-1979). Durante seus mandatos foi designado para presidir a Comissão de Projetos do Executivo, eleito três vezes presidente da Comissão de Finanças e também líder da UDN e do governo no Senado. Filiado à Arena, foi presidente do partido até dezembro de 1968 e tornou-se titular das comissões de Agricultura e de Justiça do Senado.

Caixa Econômica na viagem para instalar a loteria esportiva aqui.<sup>31</sup> Eu soube, foi em Roma que ele me contou. O presidente Castelo Branco o chamou, e ele estava sendo pressionado para que a conta saísse da MPM: “Se houver algum motivo profissional para tirar a conta da MPM, tire. Agora, político, não aceito e não admito.” Pararam de me incomodar? Não pararam nunca. Mas esta ação política... Eu tive sorte. Aliás, a sorte, graças a Deus, me acompanha sempre. E consegui, quer dizer, terminou. A MPM perdeu as contas quando o Collor assumiu.

V.A. - A gente vai chegar lá. Não é à toa também que ela foi vendida em 91, não é isso? Mas podemos voltar um pouco? Eu queria voltar à época em que ser sobrinho do Jango não era ruim, [riso] ou seja, durante o governo Jango. Antes, até. O senhor estava falando que participou também da campanha dele para vice.<sup>32</sup>

L.M. - Foi. Eu saí do Maracanã, estava no Hotel Serrador e tinha um recado dele, que precisava falar comigo.

V.A. - Isso foi em 59?

L.M. - Não sei.

V.A. - Quando o senhor chegou aqui, o senhor estava no Hotel Serrador. É isso?

L.M. - Mas eu não sei, eu continuei voltando às vezes e estava ficando no Serrador. Eu acho que eu estava no Serrador. Aí, atravessei o Senado, cheguei lá e ele estava me esperando.

V.A. - Atravessou...?

L.M. - Atravessei ali, porque o Senado, o Monroe era ali.<sup>33</sup> Aí, o Jango me diz: “Escuta, vamos trabalhar juntos nessa campanha?” “Depende. Há umas condições.” Eu digo: “Mas por que tu me chamou?” Diz ele: “Porque o Calmon me disse que a tua agência é muito boa.” “Quer dizer que tu não sabia?”

V.A. - Quem é Calmon?

L.M. - Era o João Calmon, presidente dos Diários Associados. [riso] Depois, o Calmon me confirmou. “Eu tive que dizer para ele que a tua agência era uma agência competente.” Eu digo: “Ah, vamos tentar, vamos fazer.” Aí, chamei o Miguel Gustavo, que já tinha ficado meu amigo, tinha feito o *jingle* para a Ipiranga e é uma figura fantástica, uma figura importante também dentro da história da MPM.

V.A. - Que fez o hino do IBC, não foi?

---

<sup>31</sup> Pode estar se referindo a João Villas Boas (1891-1985), senador por Mato Grosso (1935-1937 e 1946-1963). *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.

<sup>32</sup> João Goulart exerceu o cargo de vice-presidente da República durante o governo Juscelino Kubitschek, de janeiro de 1956 a janeiro de 1961, e durante o governo Jânio Quadros, de janeiro a agosto de 1961.

<sup>33</sup> De 1925 até 1960, quando foi transferido para Brasília, o Senado Federal funcionou no Palácio Monroe, que ficava na Cinelândia, no centro do Rio de Janeiro.

L.M. - Foi, fez o hino do IBC. E fez o “Jangar”, que foi um achado.

V.A. - Como é o “Jangar”?

L.M. - [Cantando] “Na hora de votar, eu vou Jangar, eu vou Jangar. É Jango, é Jango, é o Jango Goulart. Para vice-presidente, nossa gente vai Jangar. É Jango, é Jango, é o Jango Goulart.” Bom, foi um negócio, foi um estouro. Eu peguei o dinheiro, que era muito pouco, e joguei todo em São Paulo, na mídia. A Bandeirantes estava atrás de um canal de televisão, eu negocieei com João Saad: “Me dá apoio aqui. Se o Jango tiver prestígio amanhã e for reeleito vice-presidente, talvez eu possa te ajudar. Agora, me dá agora.”<sup>34</sup> O Alberto Saad, que era muito meu amigo – por causa de cavalo [risos] –, abriu a Bandeirantes.<sup>35</sup> Então, a gente teve a Bandeirantes. Em todos os programas da Bandeirantes o nome do Jango aparecia. A previsão do Ibope é que ele fizesse cem mil votos em São Paulo, e ele fez um milhão. E ganhou a eleição do Ferrari ali, do Milton Campos ali.<sup>36</sup> Aí, teve um maluco lá que me procurou um dia e disse: “Escuta aqui. O seu candidato só pode ser eleito se nós fizermos aqui em São Paulo uma jogada do Jan-Jan, Jânio e Jango.”

V.A. - Quem é esse maluco?

L.M. - Chamava-se Otávio Maria.<sup>37</sup>

V.A. - De onde ele era?

L.M. - Ele era político lá, não sei a origem. Mas ele comandava, e era amigo do Joaquim Pinto Nazário, que eu acho que era o editor de um dos jornais do Chateaubriand lá, acho que do *Diário da Noite*. Era aquele do qual o Edmundo Monteiro era presidente.<sup>38</sup> Minha memória até que não está muito ruim. Pessoas que estavam meio fora do registro estão aparecendo aqui.

V.A. - Estão chegando. Aí, o Otávio Maria falou: “Só vai dar certo se fizermos...”

---

<sup>34</sup> João Jorge Saad (1919-1999) começou a trabalhar na Rádio Bandeirantes em 1948, quando seu sogro, Adhemar de Barros, comprou a emissora. Em 1951, no primeiro ano do segundo governo de Getúlio Vargas, assumiu definitivamente o controle da empresa e, no ano seguinte, obteve uma concessão para explorar um canal de TV, que, contudo, foi cancelada durante o governo Juscelino Kubitschek (1956-1961). Depois de recuperar a concessão durante o governo de João Goulart, Saad fundou a TV Bandeirantes, que iniciou suas transmissões em 13 de maio de 1967. Mais tarde, a emissora expandiu-se, transformando-se em uma rede nacional, Rede Bandeirantes de Rádio e Televisão.

<sup>35</sup> Além de atuar na Rádio Bandeirante, Alberto Saad foi mais tarde diretor da TV Bandeirantes.

<sup>36</sup> Nas eleições presidenciais de 1960, a União Democrática Nacional (UDN) lançou o então senador por Minas Gerais Milton Campos para compor chapa com Jânio Quadros. Também para disputar a vice-presidência com João Goulart, o então deputado federal pelo Rio Grande do Sul Fernando Ferrari apresentou sua candidatura avulsa pelo recém-fundado Movimento Trabalhista Renovador (MTR), uma dissidência do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB).

<sup>37</sup> Otávio Rodrigues Maria, foi um dos organizadores do PTB em São Paulo e um dos maiores incentivadores da eleição de João Goulart para a vice-presidência, em 1960, no estado. Foi deputado federal por São Paulo entre dezembro de 1963 e julho de 1964.

<sup>38</sup> Edmundo Monteiro iniciou sua carreira no *Diário da Noite*, de São Paulo. Neste jornal, do grupo dos Diários Associados, chegou ao cargo de diretor comercial em 1939. Em 1942 foi nomeado por Assis Chateaubriand diretor-gerente dos Diários, tornando-se um dos principais colaboradores nas campanhas de âmbito nacional que o grupo empreendeu.

L.M. - “Seu candidato vai ser eleito se a gente fizer um negócio aqui, porque aí vem gente à beça.” O Nazário disse: “Olha, esse cara é craque político. Ele é danado.” Aí, eu digo: “Bom, esse negócio, é evidente que, oficialmente, não pode. Agora, não posso impedir você de fazer.” Quer dizer, então a gente apoiou o movimento ali, o Jango não teve participação, mas é claro que... “Nós não fizemos, o que eu posso fazer?” Ele estava gostando. E foi eleito. O que você quer saber? Porque agora eu vou dizer que ele me convidou para a Casa Civil. Aí, foi eleito, foi para Brasília. Aí, houve a renúncia do Jânio depois, porque como vice-presidente ele não apitava nada. Mas ninguém me incomodou nas continhas que eu tinha. Quando houve a renúncia do Jânio, que o Jango estava em Brasília, eu fui lá e ele queria que eu fosse trabalhar com ele no gabinete.<sup>39</sup> Mas o Jango era meio dúbio, ele dizia mas não dizia o que era. Era uma espécie de chefia da Casa Civil, mas ele queria um órgão paralelo à Casa Civil, que fosse mais dele, Jango. Eu digo: “Não dá, Jango. Isso é inviável.” “Não, mas sim, porque eu tenho meu pessoal aqui.” Eu digo: “Mas eu não gosto do teu pessoal. Esse pessoal que são os teus amigos, que são servidores aí, eu não vou me entender com eles de jeito nenhum.”

V.A. - Por quê?

L.M. - Porque eu não gostava. Era gente que usava prestígio e eu nunca me dei bem com isso, usar prestígio para tirar de lá aquele tipo de vantagem pessoal. Não dava. Eu podia ter sido uma pessoa importante, com prestígio político lá. Não fui.

I.S. - Não foi.

L.M. - Não fui. Não quis ser.

V.A. - Pois é, porque o senhor não queria esse outro órgão paralelo.

L.M. - É. Aí, ele, como presidente da República, me ajudou? Indiretamente, não é? Porque as pessoas gostam de ter alguém que tenha acesso. Tinha um problema, tinha outro, mas...

I.S. - Em matéria de contas novas? As contas já eram anteriores.

L.M. - Talvez até eu tenha conquistado contas pelo fato de ser sobrinho do Jango, sem a menção nem minha nem do cliente. Não vou me iludir, não sou bobo; é claro que alguma coisa...

V.A. - Mas essa conta da Eletrobrás veio nesse período.

L.M. - Essa conta da Eletrobrás veio nesse período, mas veio muito mais porque o Paulo Richer, que era casado com a minha irmã, era muito meu amigo, confiando em mim. “Vamos fazer?” Eu digo: “Vamos fazer.” Diz ele: “Mas, pelo amor de Deus, cuidado!”

---

<sup>39</sup> Quando ocorreu a renúncia de Jânio Quadros à presidência da República, em 25 de agosto de 1961, os ministros militares se opuseram à posse do vice-presidente João Goulart. Como medida conciliatória, o Congresso aprovou a implementação do regime parlamentarista, que limitaria os poderes presidenciais. João Goulart assumiu a presidência em 7 de setembro de 1961, com os poderes diminuídos. Em 6 de janeiro de 1963, um plebiscito de âmbito nacional decidiu o retorno ao presidencialismo como forma de governo, colocando um ponto final na experiência parlamentarista.

Eu digo: “Eu sei, eu o conheço.” Fez-se uma campanha pequena de lançamento da Eletrobrás, que depois foi foco das investigações.

V.A. - Foi um IPM, Inquérito Policial Militar, mesmo que foi instaurado?

L.M. - Foi.

V.A. - Chegaram a ir na MPM?

L.M. - Foram. Meu Deus do céu!

V.A. - Como foi? Houve um inquérito? Interrogatório?

L.M. - Houve. Vasculharam.

V.A. - Os arquivos da MPM?

L.M. - Tudo, tudo. Eu mandei abrir. O Nelson Gomes Leite foi o cara que ficou encarregado de ser o meu *interface* com eles, conduziu com muita habilidade, não chegaram a... É evidente que não podiam chegar. Eles mediram centimetragem de anúncio. [riso] “Esse anúncio aqui, 240 mm, autorizado no *O Globo*.” Eles pegavam o comprovante lá – isso foi o Nelson que me contou, que viu –, pegavam régua: “É, 240.”

I.S. - Ficaram meses lá dentro.

L.M. - É, não tinham nada o que fazer.

V.A. - Para ver se o que a Eletrobrás tinha contratado realmente tinha saído. É isso?

L.M. - Se havia irregularidade dentro do negócio.

I.S. - Se não havia um lucro por fora.

L.M. - É. [riso] “Cobram indevidamente...”

V.A. - Superfaturamento.

L.M. - É, envolve muita coisa nisso aí.

V.A. - Foi com a conta da Eletrobrás ou com a conta da Caixa Econômica que a Lei Macedo começou a vigorar?

L.M. - A Lei Macedo começou na Caixa Econômica.

I.S. - Foi anterior, no momento anterior.

L.M. - Anterior.

V.A. - Anterior à Eletrobrás.

L.M. - É mais ou menos a mesma época. Mas o Jango era presidente.

V.A. - Com a deposição do Jango, houve mais outras contas de governo, durante o regime militar?

L.M. - Inúmeras. Campanhas específicas de governo, em que eu entrava e acabava ganhando. “Plante que o governo garante.” Milhões de agências concorrendo. A agência escolhida: a MPM.

V.A. - Esse *slogan* foi criação da MPM?

L.M. - Foi. Aí, o negócio do diferencial da MPM. O ministro Delfim, o ministro Cirne Lima e o ministro Pratini de Moraes resolvem, atendendo a recomendação da agência, fazer do Oiapoque ao Chuí.<sup>40</sup> “Tem que ter a presença, esse negócio tem que passar seriedade.” É evidente que o presidente da República não pode ir. Aí Delfim: “Mas eu não preciso ir. Eu não sou agricultor.” [riso] “Se o senhor não for, o negócio é capaz de...” E foi. Eu estava junto. Eu visitei todos os núcleos. O Delfim, de vez em quando, me sacaneava: “Macedo, explica como é?” Ah, e lá tinha o quê? Um hino do Miguel Gustavo pelo plantio, o “Plante que o governo garante”. Levei um operador comigo e passava, fazia aquelas reuniões, enchia. Já imaginaram, três ministros de Estado em Barra do Corda, Maranhão? Estava lá e tal. Todo mundo saía de lá empolgado.

I.S. - E essas visitas eram parte da campanha de governo?

L.M. - Era campanha do governo. Quer dizer, não era propaganda, mas era um apoio. Vai lá para dar credibilidade ao negócio e dizer que era para valer, que ia funcionar e que o Banco do Brasil ia dar crédito, Nestor Jost junto, presidente do banco.

I.S. - Nessa época, o senhor estava praticamente em Brasília o tempo todo.

L.M. - Ah, era.

I.S. - Quer dizer, era o grande cliente durante esse período.

L.M. - Não tem a menor dúvida. Diziam: “Agência chapa-branca.” [riso] Aí, eu ria, não é? O pessoal: “Nós temos que acabar com isso.” “Como vai acabar? Deixa os caras falarem. Nós temos é que manter o mesmo nível de serviço que a gente vem prestando. Deixa falar.” “Ah, agência privilegiada.” Não deixa de ser, a agência que tem mais conta é a agência privilegiada. Agora vai buscar por que ela era privilegiada, isso é que era importante.

I.S. - Mas isso era prestando um serviço como se fosse um cliente no mercado, que o senhor estava falando.

L.M. - Isso. Foi bom você falar. Era norma, era religião. O cliente de governo, se não for tratado com o rigor que se trata o cliente... Você vai fazer um negócio para a Souza Cruz, você tira tudo o que puder a favor do cliente. Você vai fazer um negócio para a

---

<sup>40</sup> Antônio Delfim Neto, ministro da Fazenda (1967-1974); Luís Fernando Cirne Lima, ministro da Agricultura (1969-1973), e Marcus Vinícius Pratini de Moraes, ministro da Indústria e Comércio (1970-1974).



Caixa Econômica, você vai fazer um negócio para o Serpro, você vai fazer um negócio para qualquer cliente de governo, tem que ser o mesmo comportamento. Os veículos ficavam para morrer comigo. Mas era feito assim. Então, ficava completamente guarnecido para qualquer tipo de crítica, que sempre existe. Sempre existe a crítica. “Ó, esse negócio aqui não está cheirando bem.” Ah, não iam descobrir mau cheiro mesmo, nem que quisessem. Porque não tinha. Não tinha propina, não tinha nada. Isso, passou... Quantos governos passaram? A revolução inteira.

V.A. - E, nesse período todo, a Lei Macedo em vigor.

L.M. - Ah, sim.

V.A. - Nenhuma outra empresa estrangeira ia lá fazer “Plante que...”

L.M. - Mas nem pensar! Elas não entravam mais, porque elas sabiam. Acabou sendo uma lei consuetudinária, mesmo. Quer dizer: “Qual é o uso e costume no governo?” Não contratar agência estrangeira.

V.A. - O senhor disse que ela foi revogada há pouco tempo. Como foi isso? Quando foi?

L.M. - Ah, não sei. Acho que foi com o Fernando Henrique.

V.A. - Com o Collor ainda tinha Lei Macedo?

L.M. - Não, Collor não tinha mais, não. Foi o Collor. Não tenho certeza.

V.A. - O senhor então estava dizendo que, com o Collor, acabou.

L.M. - Agora minha memória vai falhar. Nós continuamos atendendo Caixa Econômica... A MPM perdeu muito terreno nas contas de governo com o Sarney. Meu amigo, para quem eu fiz a campanha para deputado estadual, deputado federal, mas o Sarney politicamente cedia. Chegava um cara: “Ah, mas não sei o quê, a MPM tem tudo. Por que não fragmenta isso? Por que eu não tenho 20% da conta da Caixa?” Aí, lá vinha um recado do Sarney: “Macedo, pelo amor de Deus!” O que você vai fazer? Então, ficou uma situação muito injusta de a MPM fazer praticamente todo o trabalho e tinha neguinho que passava lá no final do mês para receber o cheque: “A minha parte, quanto é? Era 8%?” Mas faz parte. [riso]

I.S. - Quer dizer, durante o governo militar todo, a MPM era praticamente a única agência?

L.M. - Não.

I.S. - Não? Tinha outras agências brasileiras também dividindo as contas de governo?

L.M. - Tinha. A MPM tinha a parte maior, mas a Denison tinha conta do governo, a Artplan tinha muita conta do governo. O Mauro Salles tinha muita conta do governo. A Norton tinha conta do governo. E outras aí. Aquele menino que fechou a agência dele...

Eu acho que a Giovanni já estava começando. Publicità tinha muita conta do governo. A MPM nunca teve exclusividade.

I.S. - Então, o que aconteceu durante o governo Sarney é que essa divisão se tornou maior?

L.M. - É. Sarney nem ficava sabendo como é que... Chegava o recado: “Macedo, pô, dá uma colher de chá.” Mas, às vezes, eram agências que não tinham qualificação, e eu ficava com medo. O cara chegava e eu dizia: “Olha, fica aí que a tua parte vai ser respeitada.”

V.A. - Então, esse negócio de passar no final para pegar o cheque era muito porque o senhor queria ficar controlando a qualidade do...

L.M. - Muito mais em função do cliente do que minha mesmo. Me dava mais trabalho, mas não tinha também como fazer aquela divisão. Mas, um dia, eu fui lá...

V.A. - Onde?

L.M. - Um final de tarde, porque às vezes eu passava lá e tal. Acabava o expediente, ficava conversando com ele, com a Roseana. Eu digo: “Presidente, não dá mais. Quando você assumiu, eu tinha 70% da conta a Caixa, hoje eu tenho 40%.” Aí, fizemos uma redivisão. [riso] “Por que esse cara entrou?” Eu digo: “Entrou porque você pediu.” [riso] Alguém pediu para ele. É aquele negócio: “Deixa eu me ver livre.”

I.S. - Quer dizer, as contas de governo têm essa característica: a negociação nem sempre é...

L.M. - A negociação, a concessão. Mas a concessão que não pode existir é essa, da seriedade no trato, da negociação com terceiros. Você está sempre sujeito a um rojão político nas suas costas. Me lembro do Antônio Carlos Magalhães. Quando ele assumiu a Eletrobrás, eu liguei e pedi para marcar uma entrevista.<sup>41</sup> A conta era minha, o dr. Mário Bhering tinha me devolvido. “Não, Macedo, está tudo bem. Mas você não se importa se eu chamar outra agência para trabalhar junto com você.” [riso] Aí, já comecei a rir. “De que você está rindo?” “Eu acho que vou ter pouco trabalho nesse negócio.” Claro que a agência era a Propeg, que sempre trabalhou com ele. E era muito justo. Quer dizer, a agência que trabalhava com ele, na qual ele confiava; ele assume um cargo, por que ele vai continuar com a outra? Ainda me deu uma colher de chá de não me dispensar. [riso] Fiquei ali. Mas todas as coisas passaram a ser feitas pela Propeg. Certíssimo. A confiança é o principal elemento. Claro que você não vai confiar em um sujeito que não tem qualificação técnica para te atender. Mas você vai lá, as três têm qualificação técnica. Você vai entregar a conta para quem? O Armando Strozenberg é uma pessoa em quem eu confio, que eu sei que é uma pessoa correta, que eu sei que é um sujeito... Entrega. Por que ganhou? Ora, por que ganhou. Ganhou porque o cara quis dar para ele porque confia mais nele, conhece mais ele, não conhece os outros. Não que ele desconfie dos outros, mas ele conhece.

V.A. - E o Collor?

---

<sup>41</sup> Antônio Carlos Magalhães foi presidente da Eletrobrás entre novembro de 1975 e maio de 1978.

L.M. - Collor é uma triste memória no país. [riso] O Collor nunca me chamou para brigar comigo. Pelo contrário. Na vez em que eu estive com ele, um senador amigo meu, o Meira Filho, que já tinha trabalhado na MPM e que eu sabia que ele estava paparicando, porque ele precisava do voto...<sup>42</sup>

I.S. - Ele tinha trabalhado?

L.M. - Tinha trabalhado, ele era jornalista em Brasília e eu o chamei para trabalhar na MPM, porque ele era meu amigo.

I.S. - Fazendo atendimento?

L.M. - Fazendo coisas lá e fazendo atendimento, cuidando do escritório. Depois contratei o filho dele, que entrou como *boy*, e depois que o velho entrou na política o filho dele acabou sendo gerente da MPM. Eu tenho um bom olho para escolher. Mas aí, o Meira foi comigo e o Collor chamou o senador Bernardo Cabral. “O senador Bernardo Cabral está sempre comigo quando eu converso com pessoas para quem eu acho que às vezes a gente tem que dizer não...” Problema dele. [riso] Eu tinha a minha testemunha ali também. Aí eu disse para ele: “Olha, Presidente. A MPM é uma agência competente, sempre trabalhou, nunca houve nada, e de repente aconteceu esse negócio. As coisas estão paradas.” Ninguém me tirou conta. Começaram a contratar outras agências. “Eu não posso reclamar, porque eu acho que o item confiança é fundamental, o senhor não tem obrigação nenhuma de confiar em mim, nem os seus delegados aí.” Aí: “Que o senhor é competente, eu sei. Então, o senhor vai ter a oportunidade de trabalhar com o governo.” “Está bom.” As concorrências em que eu tinha entrado, tudo era licitação, perdi todas. Aí, depois dessa visita, nós ganhamos a concorrência do BNDES. O elefante que caracterizava a máquina estatal, não sei se vocês lembram. Foi uma campanha boa. Aí, estamos tocando a campanha e veio o *impeachment*. Quando ele resolveu trabalhar com a MPM ele não foi bem. [riso]

I.S. - Então, isso foi a única campanha que vocês tiveram no governo Collor?

L.M. - A única.

I.S. - E que, na verdade, foi interrompida. Ela foi interrompida quando teve o *impeachment*?

L.M. - Não me lembro. Eu acho que ela foi até o final.

V.A. - O *impeachment*, na verdade, aconteceu em 92. A MPM terminou em 91.

L.M. - Foi o quê?

V.A. - Não foi em 91 que a MPM foi vendida?

---

<sup>42</sup> João Assis Meira Filho, radialista, foi eleito senador constituinte pelo Distrito Federal na legenda do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) em 1986, exercendo o mandato de 1987 a 1988. Com a transformação da Assembléia Constituinte em legislatura ordinária, tornou-se senador pelo Distrito Federal, exercendo o mandato até 1995. Nesse período, deixou o PMDB e entrou para o Partido Progressista (PP), em 1993.

L.M. - Foi.

V.A. - E o *impeachment*, na verdade, é de dezembro de 92.

L.M. - Quando se negociou a agência, a campanha estava no ar, o BNDES fazia parte da relação de clientes.

I.S. - Como foi a segunda campanha do IBC? A gente acabou não falando nela. Aquele consórcio que o senhor liderou.

L.M. - Eu não liderei nunca. Talvez até o Mauro tenha sido o líder. Não me lembro. Honestamente, não lembro. Não me lembro o que era. A primeira é claríssima, era da erradicação.

I.S. - Mas como aconteceu essa segunda? Vocês foram chamados?

L.M. - A segunda, o Caio Alcântara chamou as agências e disse: “Olha, tem um *briefing* assim, assim, assim e tal.” Tirou a Alcântara Machado. Eu me lembro que briguei para ele não tirar, mas ele disse: “Não, vou tirar.” “Você não é dono da agência, o dono da agência é o Zé, porque você vai prejudicar o Zé? A Alcântara Machado é menos qualificada do que alguma dessas que estão aqui?” Eu não me lembro se ela saiu ou não.

I.S. - E por que ele queria tirar?

L.M. - Negócio de pruridos, para não dar margem a comentário. “Pô, chamou e tal, entrou a agência dele também.” Que não era dele, era do Zé. Outra grande figura, José Alcântara Machado.

I.S. - Outra questão sobre a qual também fiquei curiosa... Você disse: “Ah, vou falar do Graciotti.” Por quê?

L.M. - Eu considero o Sérgio um dos melhores profissionais de criação que eu já vi, talvez o melhor. Pelo menos que trabalhou comigo. O mais completo e com uma dosagem daquilo que eu falei que eu acho fundamental, que é o bom senso e o equilíbrio. Sem a preocupação dos grandes lances de criatividade, mas extremamente objetivo em cima do *briefing* do cliente, do que o cliente precisa. Eu acho que o Sérgio Graciotti é o melhor profissional de propaganda com quem eu trabalhei.

I.S. - Mas ele ficava em São Paulo.

L.M. - Ficava em São Paulo. Ficava em São Paulo, mas me dava uma assistência total aqui no Rio. Toda semana ele vinha para cá, eu mandava dar uma examinada.

I.S. - Então, não havia uma divisão rígida entre os trabalhos das agências do Rio e de São Paulo?

L.M. - Não. Elas eram independentes, mas absolutamente entrosadas.

I.S. - E as contas políticas...

## [FINAL DA FITA 2-B]

I.S. - ...então, as contas políticas eram principalmente feitas pelo Rio..

L.M. - Basicamente, pelo Rio.

I.S. - Rio e Brasília.

L.M. - E Brasília.

I.S. - Eu tinha uma curiosidade. A gente falou muito das contas políticas. E, no início, nós estávamos falando das contas das empresas. Depois que a MPM começou a ficar com um maior número de contas políticas, ficou menor a proporção de contas de empresas?

L.M. - Não. Veja, elas eram muito concentradas em Rio e Brasília. Mesmo assim, quer dizer, o Rio tinha uma conta como Souza Cruz, e você sabe do rigorismo da Souza Cruz com relação a prestadores de serviço de um modo geral. Então, se a Souza Cruz sentisse na MPM qualquer desvio de atenção em função política, ela não teria permanecido, não teria dado à MPM toda a força que deu dentro da sua estrutura de comunicação, que eu falei para você: 70% dos produtos da Souza Cruz eram nossos.

I.S. - E a Ipiranga também permaneceu até a venda?

L.M. - Permaneceu. A Ipiranga seguiu conta da Lintas durante algum tempo, depois não sei por que perdeu e foi para o Júlio Ribeiro.

I.S. - Então, vocês, de alguma forma, mantiveram os grandes clientes iniciais até praticamente o final, quer dizer, até a venda da empresa? E a sua atenção pessoal era mais para as contas políticas? Ou você conseguia administrar...

L.M. - Acabei de dizer para vocês que eu, pessoalmente, trabalhei a Souza Cruz três anos.

I.S. - Antes.

L.M. - Antes de ela entrar.

I.S. - E depois continuou?

L.M. - Agora, ficou aquela imagem da MPM agência oficial, do Macedo grande político. Bobagem. Quer dizer, o Macedo era um cara que tinha consciência de que ele só sobreviveria se desse um tratamento diferenciado às contas de governo. Esses dias, encontrei o Nestor Jost em um casamento. Ele sentou na minha mesa e disse: “Macedo, você não tem idéia do que você incomodou a gente.” [riso] “Eu incomodei?” “Macedo, você não tem idéia do tipo de pressão que fizeram em cima da MPM, em cima de você.” Eu digo: “Claro que eu tenho, Nestor.” Diz ele: “Não tem, não tem, não tem. Um dia, eu sento e vou contar para você as histórias.” Eu digo: “Ah, não quero saber. Isso já passou, eu sou capaz até de ficar querendo mal a um sujeito. Eu estou em paz com a

vida, Nestor. Não quero saber.” Ele: “Agora, um negócio você tem que saber. Se o Delfim não tem peito, vocês não resistiam.” E eu não sabia, o Delfim nunca foi meu amigo, eu sempre me dei muito bem com ele, sempre nos tratamos respeitosamente, sempre chamei ele de senhor, ministro Delfim. O pessoal dizia que o Delfim tinha um termômetro naquela mesa dele no Bistrô, que quando ele mandava o cara sentar era porque o sujeito estava incorporado naquela patota dele. Aí, foi uma gozação, um dia – eu era boêmio –, passando no Bistrô... Depois vou falar sobre a boemia, as relações que a boemia me deu no Rio de Janeiro e que facilitaram muito minha vida aqui, se vocês quiserem. Mas o Delfim um dia diz: “Macedo, senta aí.” O pessoal todo, Pécora, João Paulo...<sup>43</sup> “Traz champanhe aí, que ele foi agraciado.” [riso] Era sinal de que eu tinha caído nas graças dele. Mas nosso relacionamento sempre foi profissional. Eu fiz grandes amigos dentro dessa estrutura política que eu conheci através de... Um de deles é o Karlos Rischbieter, meu amigo até hoje.<sup>44</sup> Muita, muita gente. O Gil Macieira, que morreu há pouco tempo, um presidente da Caixa.<sup>45</sup> O próprio Nestor Jost ficou grande amigo meu. Mas o Karlos Rischbieter é amigo especial. Amizade feita através do negócio.

I.S. - E esse convite, esse quase ministério?

L.M. - Um dia fui convidado para almoçar pelo Paulo Henrique, filho do Fernando Henrique.<sup>46</sup> Ele: “Macedo, papai mandou pedir para você ajudá-lo a escolher o ministro de Comunicação Social. Nós estamos com um problema. O Matarazzo vai embora para Roma.<sup>47</sup> Precisamos de um cara.” Eu indiquei uns três ou quatro nomes para ele. Aí, um dia eu recebo uma visita: “Eu queria falar com você. Eu não lhe conheço, mas o presidente pediu que eu falasse com você.” Identificou-se. “Tudo bem. Presidente não pede, presidente manda.” Aí, ele veio, foi na minha casa e eu achei meio esquisita a conversa.

I.S. - Quem era a figura?

L.M. - Não lembro o nome dele. Mas depois fiquei sabendo que era emissário para algumas missões. Depois de uns dois contatos, ele diz: “Macedo, o presidente quer que você seja o ministro.” “Negativo! Muda a minha vida inteira. Não quero, mas não quero mesmo! Tenho horror de Brasília!” Depois da venda da MPM, eu só fui a Brasília uma vez, porque o Roberto Marinho me convidou e eu disse para ele que eu não ia, mas fui porque o João Roberto me ligou e disse: “Macedo, o único convidado de meu pai é você, pô. Nós pegamos uma lista lá, que é a inauguração do avião dele, tem uma lista enorme e ele botou lá: ‘Luiz Macedo. Quero que o Luiz Macedo vá com a gente.’ E você não vai?” “Pô, eu não sabia desse detalhe, João. Se é assim, eu tenho que ir, não é?” Porque eu adorava o velho. Meu amigo. Se eu não almoçasse uma vez por semana lá na TV Globo, ele ligava: “O que houve? Por que não veio?” Aí: “Não tem jeito. Diz para ele que não há condição.” “Mas ele pode ligar para você?” Eu digo: “Pô! Se pode ligar para mim?” De noite, telefone: “Ô, Macedo, tudo bem?” [riso] “O que há,

<sup>43</sup> José Flávio Pécora.

<sup>44</sup> Karlos Rischbieter foi ministro da Fazenda entre 1979 e 1980.

<sup>45</sup> Gil Macieira foi presidente da Caixa Econômica Federal durante o governo João Figueiredo (1979-1985).

<sup>46</sup> Paulo Henrique Cardoso.

<sup>47</sup> Ângelo Andrea Matarazzo foi ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo da Presidência da República de janeiro de 1999 até agosto de 2001, quando substituiu Paulo Tarso Flecha de Lima como embaixador do Brasil em Roma.

presidente? Estou muito honrado, mas não há a menor condição.” Diz ele: “Mas eu posso pedir a você para fazer uma visita para mim aqui?” Eu: “Claro que pode, não é?” “Eu gostaria de conversar com você.” Aí, eu caí na asneira de ir. O homem tem um poder de sedução, um negócio que eu nunca vi na minha vida. Balancei, e no segundo encontro eu digo: “Bom, então vamos, não é?” E aceitei. Já estava tudo certo, ele mandou e o cara da *Voz do Brasil* ligou lá para o palácio e ele disse: “Bom, Macedo, estou autorizando, estou oficializando.” No estágio em que nós ficamos, digo: “Autorize.” Estava tudo certo. Aí, divulgou, ele mesmo viu um apartamento para mim lá. Ele telefonou na minha frente, dizendo: “O apartamento do Gregori é do Macedo, não mexam nisso aí.”<sup>48</sup> Porque eu tinha reclamado que eu já tinha visto um outro apartamento e disse para ele que era muito ruim.

Então, está tudo certo. Aí, me liga Aluísio Sales, meu médico: “Eu queria cumprimentar o ministro!” Todo mundo com brincadeira. Diz ele: “Mas, antes de você ir para Brasília, você vai passar lá no consultório que eu quero fazer uma geral em você.” Eu tenho um problema circulatório, um problema na principal da perna. Não funciona. Mas as laterais fazem o trabalho. Mas já é um problema. Aí, o Aluísio, no exame, me achou um sopro na carótida. Diz ele: “Macedo, vamos examinar isso. Mas se esse negócio se confirmar, você não vai, não. Não vai. Não deixo você ir de jeito nenhum.” Aí, fez o exame, confirmou e eu digo: “Mas o que pode acontecer? Eu tenho um compromisso com o presidente da República. Eu dei a minha palavra. Eu vou. O que vai acontecer?” Diz ele: “Pode não acontecer nada. Mas eu conheço você, sei do seu tipo de trabalho, você sempre trabalhou, a sua vida inteira, com uma equipe excelente, contratando a sua gente, sempre teve um trabalho de alta categoria. Você vai se meter em um negócio que é um mininegócio seu, com gente que não tem qualificação profissional, que vai lhe incomodar, vai lhe estressar. Antes, você trabalhava dez, você vai trabalhar 15, 16 horas por dia e esse negócio pode acusar. Você tem uma insuficiência circulatória que pode se tornar séria.” Aí, minha mulher ouviu isso. [riso] Meus filhos ficaram sabendo. Aí, foi pressão. “Pai, tu não precisa disso. Pai, não sei o quê.” Aí, eu liguei para o presidente – posse marcada: “Presidente, deu zebra.” “Não brinca.” Adiantei para ele. Diz ele: “Vamos fazer esses exames em São Paulo. Eu não acredito nos laboratórios do Rio.” [riso] Eu digo: “Eu vou aí, presidente.” Ia viajar para os Estados Unidos. “Eu vou aí.” Aí, cheguei lá, levei o laudo, o Aluísio disse: “Eu vou escrever o que pode acontecer e o que tem.” Aí, Fernando Henrique leu e disse: “Pô, Macedo, como seu amigo, eu não posso. Depois desse laudo, eu tenho que entender. Então, vamos partir para outra solução.” Aí, mais uma vez eu deixei de ser importante. [riso] Ministro de Comunicação Social numa hora de eleição, tudo que era ministro correndo lá, precisando de coisa. Mais uma vez, deixei. Perdi várias oportunidades.

V.A. - O ministro da Comunicação Social cuida das contas do governo. Nesse momento, o senhor não tinha mais a MPM.

L.M. - Não. Foi agora, um ano antes de o Fernando Henrique sair.

V.A. - Ah, 2001.

---

<sup>48</sup> Possivelmente José Gregori, ministro da Justiça entre abril de 2000 e novembro de 2001. *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.

L.M. - Não ia ter oportunidade também de fazer nada. Final de governo. Agora, vou contar uma história para vocês, não vou dizer o santo. Eu já tinha assumido, já tinha visitado gente, já tinha feito a reunião, já tinha dado orientação de como iam ser as coisas. Aí, saio do presidente, passo no ministério, combinei de não falar, quer dizer, ele anuncia depois. Tinha uma figura política que é dona de uma rede, o sujeito tem um canal ou qualquer coisa, uma emissora de rádio: “Tenho uma rede.” Eu aturei esse cara umas duas horas, com o risco de perder o avião. E ele me ensinando comunicação e dizendo o que eu tinha que fazer com os veículos dele, que o presidente o estava injustificando, mas que, com a minha chegada lá, ele sabia que as coisas iam ser reparadas, mas que eu tinha que dizer para o presidente que ele era fundamental dentro do estado dele. “Meu Deus do céu, do que eu me livre!” [risos] Aí, cheguei, fui para a festa da ABP, contei para o Armando. Disse o Armando: “Vai lá em cima para você explicar esse negócio. É a melhor ocasião.” Aí, o Armando foi lá com o bom humor dele e disse: “Olha, não sei se é ministro, se não é ministro, mas já que ele está aqui, ministro Luiz Macedo.” Ia entregar não sei o quê. Aí, me chamou e eu expliquei o que tinha havido e me vi livre de maiores explicações. Já expliquei em público. É essa a história.

I.S. - E a sua relação com Roberto Marinho?

L.M. - Olha aqui, é um episódio bonito. Porque eu cheguei aqui, eu disse para vocês, eu não conhecia ninguém. Um cliente me chamou e disse: “Olha, tem um problema sério com *O Globo*, um tipo de abordagem que está sendo feita contra o nosso negócio assim, assim e tal. E nós precisamos evitar isso de qualquer jeito.” Quem resolve isso no *O Globo*? Liguei para fulano: “Ah, não sei o quê.” Para a secretária: “Liga para o dr. Roberto Marinho.”

V.A. - A secretária, qual?

L.M. - Minha secretária: “Liga para o dr. Roberto Marinho e diz que é MPM Propaganda. Dr. Luiz Macedo quer falar com ele. E que é urgente, que é importante.” “Dr. Roberto vai atender. Um minutinho.” Peguei o telefone: “É dr. Macedo?” “Dr. Roberto Marinho, meu nome é Luiz Macedo, o nome da minha agência é MPM Propaganda. Eu estou me instalando aqui no Rio, sou uma agência pequena, mas com [riso] grandes esperanças de crescimento e espero que nós venhamos a fazer alguns negócios bons. Eu estou com um problema aí no *O Globo* e preciso resolver isso de qualquer jeito, porque meu cliente está sendo pressionado. O senhor tem que me dar uma porta aí, me dizer com quem eu falo, até levar meu cliente para que ele explique o negócio.” “Você pode vir aqui agora?” “Posso. Falar com quem, dr. Roberto?” “Comigo.” Entrei. *O Globo*. “Prazer. Luiz Macedo.” “Roberto Marinho.” O assunto, evidentemente, foi resolvido. E, a partir daí, a gente começou a ter contato, e eu cultivei isso. Evidente, seria um imbecil se não o fizesse, [riso] mas sempre gostando muito dele a ponto de ele fazer essa deferência aí que eu falei para vocês. “A única pessoa convidada foi você, e você não vai?” “Pô, claro que vou.” Depois, ele me convidou, também a mesma coisa, logo na Fundação, botaram uma lista na frente dele para conselheiros, ele escolheu o meu nome, eu fui conselheiro da Fundação durante bastante tempo. Então, foi muito bom.

V.A. - As matérias do jornal estavam contra o seu cliente, é isso?



L.M. - É, esse negócio que acontece. Um assunto polêmico, a posição do jornal parecia ser uma que era justamente contrária aos interesses do cliente. O cliente tinha razão. Porque, se não tivesse, isso eu aprendi desde cedo: se não tem razão, não te mete. Não te mete, porque tu vai te desgastar e não vai acontecer nada.

V.A. - E o cliente era anunciante do jornal?

L.M. - Era.

V.A. - A MPM, a partir da década de 60, em 67, incorpora algumas agências. Como foi esse crescimento? A gente tem aqui que, em 67, incorpora a agência PDP, Promoção, Divulgação e Produção. Depois, nós temos, mais para o final, várias incorporações também. Quer dizer, foi incorporando outras agências.

L.M. - Acho que a primeira foi aqui no Rio, a LAP, que era uma agência muito ligada ao *Jornal do Brasil*. Acho que era LAP. É isso mesmo. Incorporou algumas. Aí, o objetivo sempre era: você tem lá um cliente que você quer conquistar e o cliente tem compromisso com a agência, a agência é pequena. A maioria dos negócios, a não ser um negócio grande que foi o da Casabranca.<sup>49</sup> Eu nem me lembro. Você vê que eu não me lembro o nome dessa aqui, não me lembrava dessa que você falou, qual é?

V.A. - PDP. Promoção, Divulgação e Produção.

L.M. - PDP. Foi São Paulo ou Rio?

V.A. - São Paulo. Fundada por Hermelindo Fiaminghi. Nós temos outros nomes também, quer ver? Temos que ela constitui a Escala Publicidade, subsidiária em Porto Alegre. A gente queria saber um pouquinho também sobre isso. Outra é a Voga Publicidade.<sup>50</sup>

L.M. - Voga é Adão Juvenal de Souza. Eu tinha acabado de falar para vocês que o objetivo é o cliente. Aí, não: o objetivo era uma pessoa. Para conquistar o Adão, a gente incorporou a Voga, que não representava...

I.S. - E, nesse mesmo ano, a Publicidade Casabranca.

L.M. - A Casabranca é o grande lance da MPM em São Paulo. Porque a Casabranca era tão importante, era mais importante que a MPM em São Paulo. E a gente queria principalmente o talento do Júlio Ribeiro e do Sergio Graciotti, que era o objetivo. Nós apanhamos muito em São Paulo. A gente não conseguia engrenar e viu a possibilidade...

---

<sup>49</sup> Em 1976, a MPM fundiu-se à Casabranca (agência que, por sua vez, era resultado de fusão, feita em 1973, entre a Lince e a JRM – Júlio Ribeiro, Mihanovich), constituindo a MPM-Casabranca (BRANCO, Renato Castelo. MARTENSEN, Rodolfo & REIS, Fernando. *História da propaganda no Brasil*. São Paulo, T.A. Queiroz Editor, 1990. p. 347).

<sup>50</sup> Em 1967, a MPM incorporou a agência paulista PDP, fundada em 1960 por Hermelindo Fiaminghi, Paulo Augusto de Almeida e Décio Pignatari. Em 1973, a MPM constituiu uma subsidiária, a Escala Publicidade S. A., em Porto Alegre. Em 1976, a empresa absorveu a Voga Publicidade, uma antiga agência carioca, fundada em 1943. Ver BRANCO, Renato Castelo. MARTENSEN, Rodolfo & REIS, Fernando. *História da propaganda no Brasil*. São Paulo, T.A. Queiroz Editor, 1990. p. 346-7.

V.A. - Por quê? Porque o mercado era mais acirrado?

L.M. - Não dava certo, não dava certo. Quer dizer, a gente ia atrás do cliente, mas não... Não sei se a oportunidade errada, se condução errada nossa, mas a MPM não crescia em São Paulo. A MPM crescia assustadoramente aqui, principalmente por causa desse aspecto de Brasília, mas não conseguia deslanchar em São Paulo. Então, gente de São Paulo, que era o pessoal da Casabranca: o Júlio Ribeiro, um nome, Sergio Graciotti, um nome. O Pires, que já tinha trabalhado com a gente, foi quem fez a aproximação.

V.A. - Como era o nome? Pires?

L.M. - Acho que era José Antônio Pires.<sup>51</sup> E o quarto era o Armando Mihanovich. Acho que, de tudo isso aí, o importante é a MPM Casabranca. Foi indiscutivelmente quem deu à MPM o *status* necessário para que ela se desenvolvesse em São Paulo. Foi a partir da incorporação... Incorporação, não. Porque a Casabranca era tão importante que nós tivemos que fazer uma outra empresa. Nós fizemos a MPM São Paulo, que ficou só sendo a Casabranca. E aí foi a grande briga, porque no momento em que o Petrônio tinha praticamente acertado metade-metade, e quando a gente estava para assinar no hotel, eu digo: “Ô Júlio Ribeiro, não vai funcionar. Ou vocês ou nós temos que ter a maioria disso.” “Não.” Alguém tem que ter a maioria. Eu admito, inclusive, que sejam vocês.” Quando eu disse que admitia que fossem eles, aí ele... Quer dizer, foi o momento da confiabilidade, senão, não existe negócio, em que ele disse: “Não, não. Eu acho que a estrutura de vocês, eu confio em vocês, então a MPM fica com 51%. Aí, a agência passou a ser MPM Casabranca, mas uma outra empresa, a MPM São Paulo, ficou com 51% das ações da MPM Casabranca. Em seguida, depois do negócio, veio Fiat, e em seguida eu acho que veio Walita. Aí, deslançou. Deslançou e sedimentou aquela posição da MPM. Não me lembro se foi aí que ela se somou para primeiro lugar.

V.A. - No ano anterior já tinha sido. Em 75, era a maior, e em 76 houve essa incorporação.

L.M. - Sedimentou, solidificou a posição de grande agência.

V.A. - E nós temos também um dado aqui de que o senhor foi presidente da ABP em 69 e da ABAP em 74.

L.M. - O dado é real. [risos]

I.S. - Não, porque o senhor disse que no início não tinha participação política.

L.M. - No início, não tinha. Mas o início, nós estamos falando de 57. Aí já é quando?

V.A. - Aqui é 69 e 74.

L.M. - É, já passou tempo à beça.

---

<sup>51</sup> O entrevistado refere-se provavelmente a Antonio J. F. Pires que, junto com Myrta Udler e Sérgio Graciotti, compunha a diretoria da Lince quando de sua fusão com a JRM, que originou a Publicidade Casabranca em 1973. Ver BRANCO, Renato Castelo. MARTENSEN, Rodolfo & REIS, Fernando. *História da propaganda no Brasil*. São Paulo, T.A. Queiroz Editor, 1990. p. 350.

V.A. - E como foi essa experiência?

L.M. - Eu acho que tem uma geração aí – eu gostaria de dizer isso para vocês – que eu acho que é valorizada por isso, esse povo que está hoje na liderança reconhece. Foi a geração que valorizou o negócio propaganda. Porque até a chegada desse povo aí, talvez a não ser o Cícero Leuenroth, poucas pessoas... Quem tinha uma agência de propaganda, o que esse cara faz? Ele tem uma agência de propaganda. Mas ele não era considerado um empresário. O negócio propaganda era um pouco marginalizado como negócio. E eu acho que essa geração, a partir do Cícero, Geraldo Alonso, depois a entrada do Mauro Salles – que, indiscutivelmente, é um trator –, os três da MPM, os dois da Denison, Oriovaldo Vargas e Sérgio Ferreira... Eu acho que houve uma projeção do negócio a partir do momento em que essas figuras se projetaram como donos de agência como empresários. Então, é aquele negócio que eu disse para vocês: a forma com que você entrava em um gabinete de presidente de Caixa ou de presidente de Banco do Brasil, ou de ministro, aí vem: “Quem está aí?” “É o cidadão que é dono da MPM Propaganda, que é uma empresa que nos atende.” Isso não existia antes. Isso é trabalho meu? Não, não é trabalho meu. É trabalho desse grupo aí. O consórcio foi muito importante para que esse negócio aflorasse. E hoje você vê o respeito que se tem por esses meninos criadores, pelo negócio. A publicidade hoje é uma atividade respeitada. E, antes, não era. O Mauro disse que chegava em um hotel e botava lá: “jornalista”. “Publicitário, Deus me livre!” [riso] Porque era capaz de darem um quarto nos fundos para ele. Não era bem assim, mas eu acho que foi a partir da década de 60 que isso se valorizou. Então, a presidência dessas entidades foi muito importante. A ABP, por exemplo. A ABP é a associação de agências, veículos e profissionais de propaganda que opera no Rio de Janeiro. O ciúme dos paulistas, em primeiro lugar, é que ela seja a associação “brasileira” de propaganda. E, em segundo lugar, que efetivamente ela tenha mais prestígio que as Abaps, que os Fenapros, que tudo. A ABP, qualquer político em Brasília: “Mas com quem é que resolve esse negócio de propaganda aí? Como é que nós vamos legislar sobre isso?” “Chama o sr. Armando Strozenberg, que é o presidente da ABP.” Ah, isso não tem dúvida. Então, eu acho que a gente deu uma contribuição boa para isso. Mas não teve nada de mais, a não ser esse esforço de mostrar, através das associações também, que a profissão é uma profissão importantíssima. E é importante. Quer dizer, não apenas o fato de nós resgatarmos ou darmos dignidade a ela, que esse grupo fez, mas é uma banca de todos que vai existir.

V.A. - Como assim? O que é importante?

L.M. - Não vai existir desenvolvimento, progresso, se as pessoas não tiverem consciência de que a propaganda é fundamental em tudo isso. Quer dizer, faz parte desse processo. Eu acho que os governos – aí eu acho que a contribuição da MPM é importante – se conscientizaram disso. Eu falei aqui na figura do embaixador Negrão de Lima. Quando eles nos entregaram, eu fui ter uma reunião com ele, e ele: “Macedo, o que vai se fazer? Eu não gostaria, não é do meu feitio fazer o que o Lacerda fez: ‘Governo Carlos Lacerda’ em tudo que é placa.” Eu digo: “Governador, eu acho que nós vamos abrir um caminho. Vamos fazer uma publicidade austera, digna, informativa, onde o seu nome não apareça nunca.” Isso acabou sendo lei, minha filha.

V.A. - Outra Lei Macedo.

L.M. - Não! Lei Governador Negrão de Lima.

## [INTERRUPÇÃO DE FITA]

V.A. - E outros? O senhor estava dizendo então que os governos começaram a ver a importância que é ter a propaganda.

L.M. - Lógico. Você vê hoje. Quer dizer, hoje continua. As contas de governo são contas importantíssimas. Por quê? Porque o governo sentiu que ou se comunica ou se trumbica. [riso] Não é bem o caso, mas que a comunicação é fundamental. Então, eu acho que essa contribuição da MPM, no momento em que ela trouxe Banco do Brasil, trouxe Caixa Econômica, trouxe Serpro para o rol do anunciante, do anunciante do dia-a-dia, é importantíssima. E hoje está aí.

I.S. - Isso não era assim antes?

L.M. - Não, não era.

I.S. - Quer dizer, isso na verdade é alguma coisa que começa a partir da década de 60?

L.M. - É. O que acontecia antes? Eram esforços isolados. Era o Juscelino, com aquela mídia dele fantástica. Mas era tudo calcado na reportagem. Não era o anúncio, era a reportagem que fazia isso. Depois, o anúncio começou a fazer. Vamos antes, que vocês não eram nascidas. Era o DIP do dr. Getúlio, aquilo é que segurava tudo. Era o DIP, Departamento de Imprensa e Propaganda. Então, no momento em que os governos acordam e mesmo a qualidade dos anúncios, quer dizer, toda essa tecnologia sendo usada para a comunicação do governo... Agora, se fazem bem ou mal, isso é outro problema.

V.A. - O Negrão de Lima, quando chamou o senhor, chamou para a conta... O que era para anunciar?

L.M. - O complexo de comunicação. “O que eu precisar me comunicar, é com você. Estou contratando a MPM Propaganda e o sr. Luiz Macedo.” “Tudo bem, vamos em frente.”

## [FINAL DA FITA 3-A]

L.M. - ...é craque.

V.A. - Que fazia os discursos dele.

L.M. - Nem sei se era o Bahia. Mas o Bahia era o chefe da Casa Civil. Quer dizer, o Bahia era brilhante em tudo, provavelmente era o Bahia quem orientava.

V.A. - Mas era em que sentido que precisava se comunicar? “O que eu precisar me comunicar, é com a MPM.” O que, por exemplo?

8L.M. - Tudo. Quer dizer, a informação do que está sendo feito, por que está sendo feito, por que vão abrir esse túnel. O metrô, o problema do metrô, conscientizar a população para que seja feito o metrô, porque será uma conquista, com todas as

dificuldades. E como vem o financiamento depois? Você influi nisso. Quer dizer, é uma reivindicação da cidade. Quer dizer, a cidade está conscientizada de que há necessidade de metrô, quando é uma cidade com 8 milhões de habitantes, não sei quanto. Então, isso tudo, a gente até era criticado. E o Negrão de Lima: “Anuncia o metrô agora.” “Se nós não conscientizarmos a população, qual vai ser a possibilidade de nós conseguirmos realizar isso lá na frente?” E foi. Com todos os tropeços administrativos que houve aí. Mas é uma conquista em que a comunicação foi importantíssima, eu diria que foi fundamental.

V.A. - E os veículos eram o quê? Revistas...

L.M. - Televisão...

V.A. - Já a televisão, na época?

L.M. - Televisão, revista, jornal. Revista, pouco.

I.S. - *Outdoor*?

L.M. - *Outdoor* se usava muito, também.

I.S. - Então, a MPM atendeu as contas do governo federal, do estado da Guanabara e de mais algum estado?

L.M. - Já tivemos a conta da dra. Erundina, foi prefeita de São Paulo, ganhamos a concorrência. A conta da prefeitura era nossa, não sei se toda. O governo do Rio Grande do Sul, eu acho que com vários governadores. Sempre a MPM esteve participando, ou através do Banco do Rio Grande ou outras organizações.

V.A. - O senhor participou da Comissão Interassociativa da Publicidade Brasileira, que em 77 se reuniu com o objetivo de elaborar o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária. Era uma comissão em que entravam ABAP, ABERT, ABA.<sup>52</sup> Tinha várias pessoas, participam Geraldo Alonso, Renato Castelo Branco, o senhor...

I.S. - Mauro Salles...

V.A. - Carlos Alberto Carmo, Duailibi, Caio Domingues...

L.M. - Te garanto que a minha participação foi... [riso] Não devo ter atrapalhado, mas contribuí muito pouco. Nessas reuniões, é evidente que a gente analisava coisas, mas eu acho que foi Renato Castelo Branco... Deixa eu ver os nomes aqui, vamos ver quem liderou isso tudo. Eu não me lembrava disso. [silêncio] É, tem muita coisa aí. Porque a gente participava de tudo.

I.S. - Esse grupo, não é?

---

<sup>52</sup> Respectivamente, Associação Brasileira das Agências de Propaganda (que, em 1998, passou a chamar-se Associação Brasileira das Agências de Publicidade), Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão e Associação Brasileira de Anunciantes.

L.M. - É, esse grupo estava sempre... É aí que eu digo para vocês que as coisas foram valorizadas pela presença dessas lideranças aí, que estavam sempre à disposição.

I.S. - Já que a sua participação foi relativamente pequena na elaboração do Código, qual é a sua opinião em relação à importância desse código?

L.M. - Eu acho que agora, inclusive, a gente teve esse rolo aí das cervejas.<sup>53</sup> São regras importantes e que devem ser seguidas por veículos e por agências, senão vira zorra. Porque esse campo da criatividade é muito invasivo. Então, se não tiver determinadas normas aí para dizer: “Olha, até aqui tudo bem, você pode ir.” Não é invasivo só na criação do anúncio: é a atividade toda. Você tem uma boa idéia, você não mede consequência. Eu me lembro que o Sérgio Graciotti, uma vez chegou aqui e disse: “Macedo, pelo amor de Deus, a tua criação enlouqueceu. Botaram Nossa Senhora em um anúncio aí!” Não me lembro exatamente o que era, mas me lembro do santo. E você tem que ter todos os cuidados possíveis. Porque era proibido? Não, não era proibido. Mas, eticamente, você está obrigado a não fazer. Que se cumpra.

V.A. - Qual é o nome daquela subsidiária em Porto Alegre?

L.M. - Escala? Não lembro. Mas eu acho que aí não funcionou como subsidiária. Não: funcionou, sim. Funcionou como subsidiária. O que é a subsidiária de uma agência de propaganda? É a agência escolhida para atender as contas que, por conflito, você não pode atender. Sua agência tem a conta do concorrente. Mas isso pode ser antiético. Pode, se você tirar proveito disso, da informação que você tem do cliente da agência A e beneficiar o cliente da agência B. E aí é que eu falo para vocês aquele negócio fundamental: se algum dia eu tiver algum produto para escolher uma agência de propaganda, vocês não tenham dúvida de que eu vou escolher pela confiança que eu tenho no titular da agência, e não pela criatividade ou pela excelência técnica dela. Eu quero que a minha publicidade seja administrada por um cara que seja correto, que seja decente, que não venha a me criar qualquer tipo de problema. Agora, claro que deve ter as ferramentas necessárias para ter um bom desempenho, porque eu não sou maluco também de só pegar e trabalhar com o bonzinho. Mas eu quero que, dentre esses qualificados, a minha escolha seja por aquele cara que eu posso olhar dentro do olho e dizer: “Esse cara é um sujeito confiável.” Meio quixotesco? Talvez, por causa disso, eu não escolho o mais criativo? Provavelmente eu não escolheria os que publicamente são os mais criativos.

I.S. - É um tipo de empresa em que a pessoa tem uma importância fundamental, não?

L.M. - Muito grande. E por mais que você trabalhe no sentido de despersonalizar: “A idéia.” Não é. “É McCann-Erickson.” Então, é McCann-Erickson. Agora, faz a MPM – agora tem uma tentativa aí com um nome de altíssima expressão – sem Mafuz, sem

---

<sup>53</sup> Em 12 de março de 2004 entrou no ar um comercial da cerveja Brahma, trazendo o músico Zeca Pagodinho cantando o samba “Amor de verão”, em que dizia que sua verdadeira paixão era a Brahma. O comercial provocou intenso debate, pois na ocasião o músico ainda tinha contrato com o grupo Schincariol, para cuja cerveja, a Nova Schin, fazia propaganda. No dia 15 de março, a Fischer América, agência da Nova Schin, entrou com representação no Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar) pedindo a suspensão da veiculação na TV do comercial da Brahma, de responsabilidade da agência África, do publicitário Nizan Guanaes. Em 8 de abril, o Conar decidiu pela proibição da veiculação da campanha da Brahma e da execução da música “Amor de Verão”, composta por Nizan Guanaes e Paulo César Bernardes.

Petrônio e sem Macedo para ver se ela ia ter 1/5 do sucesso que teve. Não vai, não. E esta foi a razão – vou dizer e quero que fique historicamente registrado – por que eu fui o principal ativador da venda da MPM.

V.A. - Isso eu queria perguntar também, sobre essa venda.

L.M. - Pelo seu olho, me adiantei. [risos] A venda foi um bom negócio.

V.A. - Não, mas explicar um pouco as razões da venda.

L.M. - A primeira razão foi uma boa proposta. A segunda: eu, particularmente, não via possibilidade de a sucessão da MPM adotar a mesma filosofia que foi a propulsora do seu sucesso, filosofia feita através de cabeças como as de seu Antônio Mafuz, de seu Petrônio Correa e de seu Luiz Macedo. Mas, principalmente, pelo respeito dos três, um para o outro, permanentemente. Esse entendimento que houve. Todos os erros cometidos por mim ou por ele ou pelo outro, isso nunca foi motivo de discórdia. Pelo contrário, quer dizer, dali a gente arranjava energia para tocar melhor a coisa. E as pessoas que sucederiam aos três, acredito...

V.A. - Quem sucederia?

L.M. - Quem sucede basicamente empresas no Brasil são os filhos. Nem meu filho, nem o filho do Petrônio, nem o filho do Mafuz eu acho que tinham, não vou dizer talento nem capacidade, mas tinham os requisitos que os três – ainda que não soubessem, que apareceram depois – tiveram para manter uma sociedade onde nunca houve uma briga, onde sempre, apesar da discórdia, ficou registrado que a decisão era unânime. Mafuz e Petrônio querem assim. Está exaustivamente discutido. Eu sou contra. “Põe na ata que eu sou a favor.” Para evitar que amanhã chegasse lá e seu Luiz Macedo dissesse assim: “Eu avisei. Está lá na ata que eu fui contra.” Não. Sempre o minoritário se rendeu aos outros dois. Houve discussão, meu Deus do céu! Xingamentos terríveis. Mas, sempre: acabou o assunto, então acabou o xingamento. Vamos tocar o barco.

I.S. - E nunca nesse período houve a hipótese de uma separação?

L.M. - Não. Nunca foi cogitado.

V.A. - Bom, além da proposta talvez irrecusável da Lintas...

L.M. - Grupo Interpublic.

V.A. - Grupo Interpublic. Mas a idéia de que muito possivelmente não haveria sucessores para manter a MPM...

L.M. - E deixa eu te dizer mais. “Pô, mas aí você está atrasado no tempo e no espaço.” Porque é claro que com a profissionalização da MPM poderia ser que ela fosse até uma agência melhor do que era antes. Eu acho que, no caso da MPM, não. Eu acho que, no caso da MPM, essa profissionalização... – e houve essa profissionalização durante a vida dela, mas nunca esses profissionais que estavam lá ou os profissionais que entrariam, transmitiriam um negócio que foi muito pessoal, muito carismático dos três.

Estou sendo até um pouco... Me auto-elogiando aqui. [riso] Se é que eu sou carismático, ou se é que isso é elogio. Mas era um negócio diferente com a MPM.

I.S. - E esse foi o principal motivo da venda? Quer dizer, junto com a oferta, teve mais alguma razão?

L.M. - Olha, eu acho que esses dois.

I.S. - Os filhos de nenhum dos três estão na área? Ou tem algum também trabalhando em propaganda e publicidade?

L.M. - O filho do Petrônio parece que é diretor comercial de uma rádio em São Paulo. O filho do Mafuz, não sei, entrou lá em um outro negócio, ramo de comércio lá nem sei do quê. E o meu, ele aproveitou um dia em que eu estava viajando e pediu demissão da MPM.

I.S. - Ele trabalhava com o senhor?

L.M. - Ele trabalhava comigo.

I.S. - É seu filho único?

L.M. - Não. Homem, é.

V.A. - O senhor tem um casal?

L.M. - Eu tenho quatro filhos.

V.A. - Só um homem e três meninas.

L.M. - É. E ele não queria trabalhar em propaganda.

I.S. - O que ele fazia lá?

L.M. - Ele fazia atendimento. Eu tinha mandado ele para Brasília, para aprender lá. Um dia, tinha uma apresentação do Banco do Brasil e a Mônica me chamou: “Macedo, dá para vir? Eu digo: “Dá, claro.” Quem era diretor do Banco do Brasil e estava cuidando da área de comunicação era o sr. Francelino Pereira, meu amigo.<sup>54</sup> Nós fomos lá assistir à apresentação e o Francelino me perguntou: “É boa a campanha?” Eu digo: “Não sei. Estou aqui junto contigo. Vou conhecer agora.” Porque era um negócio meu, quer dizer, mas então o cliente vai dizer: “Pô, ele confia em você e você não sabe?” Mas não tinha, fazia parte, pode-se até dizer: isso era uma estratégia. Não era, não. É formação. Aí, me surpreende, quem vai apresentar a campanha: meu filho. Eu digo: “Pô, será que esse garoto tem competência para fazer a apresentação?” Aí, ele começa a apresentar, para minha surpresa, muito bem. Porque eu achei que, com a minha presença, ele podia ficar

---

<sup>54</sup> Francelino Pereira dos Santos foi deputado federal por Minas Gerais (1963-1979), na legenda da União Democrática Nacional (UDN) e, a partir de 1965, da Aliança Renovadora Nacional (Arena). Governador pelo mesmo estado de 1979 a 1983, assumiu a vice-presidência do Banco do Brasil em 1985. Foi um dos fundadores do Partido da Frente Liberal (PFL), legenda na qual foi eleito senador por Minas Gerais, exercendo o mandato de 1995 a 2003.



nervoso, ele levando tranqüilo. Aí, o Francelino disse: “Macedo, que garoto bom! De onde é que você tirou ele?” “É meu filho, Francelino. Será que eu preciso explicar de onde eu tirei?” [risos] Mas ele não gostava. Aproveitou que eu viajei, quando eu voltei, o Euler disse: “Olha, fiz tudo, o possível e o impossível, mas ele é maior de idade. Ele me disse que não ia ficar e saiu.” Está bom. E depois seguiu por aí. É sonhador, é parecido com esse meu amigo Luís Carlos da Nóbrega, sempre tem um plano novo. Um garoto da melhor qualidade, de vez em quando faz direção de filme, gosta de fazer uma campanha política. Agora está metido em uma campanha política aí na Baixada, nem sei onde é. E vive aí.

V.A. - E as filhas?

L.M. - As filhas, uma trabalhou na MPM, a mais velha.

I.S. - Ela se formou em comunicação?

L.M. - Não. Acho que, no último ano, saiu. A mais moça chefia a produção da TV Zero, é produtora. Uma outra morou muito tempo nos Estados Unidos, casou, separou, voltou, também faz um negócio aí de dublagem de filme. Não devem ganhar bem, porque toda hora estão lá pedindo dinheiro. [riso]

I.S. - E essa que trabalhou na MPM, ela fazia o que lá?

L.M. - Essa trabalhava em produção também na MPM. Depois ela montou um negócio de *designer*, faz *free-lance* para a moda, para estilistas.

V.A. - Algum deles é também amante de cavalos?

L.M. - Só o meu neto, que se chama André e sabe muito mais de cavalo do que eu. Sabe tudo. Pega a revista do Jockey: “Vovô, por que fulano está correndo aqui?” “Não sei mais.” [riso]

#### [INTERRUPÇÃO DE FITA]

V.A. - Sim, estava falando do neto, que é o único que...

I.S. - E não disse a idade dele ainda.

L.M. - O André está com nove anos.

I.S. - É o único neto?

L.M. - Tenho seis. Mas é um negócio incrível. Já que vocês colocaram muito as coisas pessoais, eu era alucinado pelo meu avô. Alucinado, alucinado. Inclusive, pedi para ele me adotar: “Vovô, me adota. Eu quero ser teu filho.” [riso] Minha mãe ficou muito satisfeita. E esse garoto é um negócio, uma identificação comigo que eu acho muito parecida à minha com o meu avô. E onde é que o negócio pega mesmo? Cavalo. A primeira palavra que ele falou não foi pai nem mãe, foi cavalo, “pababo”. Ele ia na cocheira, eu levava na cocheira, ele olhava, “pababo”.

I.S. - Ele é filho da sua filha?

L.M. - É filho da mais moça.

I.S. - E o seu avô era pai da sua mãe?

L.M. - Mas é um negócio incrível. Eu sou gamado também nas meninas e no outro... Tem dois pequeninhos...

I.S. - Eles moram todos no Rio?

L.M. - Tudo aqui, tudo ali perto de casa.

I.S. - E sua esposa é carioca também?

L.M. - Dois casamentos, não é? A primeira é gaúcha.

I.S. - Foi lá ainda?

L.M. - Foi lá ainda. Foi por aí, 56, 57.

V.A. - O senhor casou novinho mesmo. Casou novo e veio para cá.

L.M. - Mais ou menos. E a minha mulher agora é carioca, que cuida dos netos como se fossem dela. Os filhos todos são da primeira. Mas é um xodó. E as minhas filhas, principalmente, são muito amigas dela. Confidentes, ela sabe de coisas que eu não sei, que me deixam danado. [risos] Ela diz: “Ah, já sabia.” “Já sabia? Por que não me falou?” “Ué, elas pediram para eu não falar, o que eu posso fazer?” Mas é bom.

V.A. - E a boemia?

L.M. - A boemia. Eu acho que a minha adaptação ao Rio de Janeiro tem a ver com a MPM, com o caminho que a MPM teve no Rio. Eu cheguei no Rio, qual foi o grupo que eu procurei logo? O pessoal do Jockey. Então, tinha uma figura no Jockey que se chamava Gonçalino Feijó, era um treinador que era um grande boêmio.<sup>55</sup> Então, o negócio dele era bar. Tinha um bar ali na Siqueira Campos que se chamava Bon Marché e que era uma mercearia e no fundo era onde, dizem, se tomava o melhor uísque do Rio de Janeiro.

I.S. - Lá no alto da Siqueira Campos?

L.M. - Não, na Siqueira Campos esquina com a Nossa Senhora de Copacabana. Hoje tem um prédio enorme ali, do outro lado da praça. O pessoal do Jockey: Haroldo Barbosa, vocês conhecem de nome, que era cronista de turfe; Luís Reis, o jockey. Então, ali no Bon Marché iam outras pessoas desse mundo de música, principalmente. Luís Antônio, que era militar e depois foi trabalhar no gabinete do Jango, porque o Miguel Gustavo sugeriu ao Jango: “O Luís Antônio, o cara que fez ‘Lata d’água na cabeça’ não pode ir para o Amazonas, presidente. Esse homem tem que ficar aqui.”<sup>56</sup>

<sup>55</sup> Gonçalino Feijó de Almeida.

<sup>56</sup> “Lata d’água na cabeça” foi composta por Luís Antonio e J. Júnior.

Aí, o Jango chamou o Kruel e mandou o Luís Antônio para a Casa Militar.<sup>57</sup> Então, o Luís Antônio estava lá no dia 1º de abril, no 31 de março de 1964, era ajudante-de-ordens do presidente, ficava no Palácio Laranjeiras. E boemia total. Fiquei muito amigo do Vinícius. Eu sou muito amigo do Chico Buarque. Inclusive, eu liberei uma peça dele.

V.A. - Como foi isso?

L.M. - Eu vou te contar. Tinha assumido a presidência da Caixa o Humberto Barreto, que era como filho do Geisel.<sup>58</sup> O Geisel, eu nunca vi na minha vida. O Figueiredo acabou ficando meu amigo. O Médici ficou meu amigo depois que foi presidente, porque eu era muito amigo do filho dele, do Roberto Médici. Mas o Chico, a “Ópera do malandro”, a censura vetou. Por quê? Depois, a gente foi descobrir, é porque tinha muito palavrão na peça. Agora, a peça se passa em uma casa de prostituição. Eles queriam sem palavrão. [riso] Aí, o Chico, um dia: “Macedo, não sou de pedir coisa, mas é um absurdo isso e o pessoal quer a peça. Será que você tinha um jeito de me ajudar nisso?” Eu digo: “Eu acho que sim.” Armando Falcão era o ministro, eu não conhecia.<sup>59</sup> Peguei o Humberto Barreto, estava assumindo a Caixa, não era ainda – todos os presidentes de Caixa ficaram meus amigos: o Rischbieter, o Gil Macieira... Com o Humberto Barreto, eu estava começando o namoro. Aí, um dia fui na casa do Humberto. Eu digo: “Humberto, tem um problema bom para você resolver, que eu acho que te rende dividendo. Não tem nada a ver com o nosso negócio. Sabia que a peça do Chico Buarque...” E bá, bá, bá... “Isso é um absurdo, Macedo.” Eu digo: “Eu sei que é um absurdo. Agora, você dizendo que é um absurdo. Nosso Falcão lá... Mas, o bom mesmo, sabe o que é? Nessas idas suas ao Rio, eu faço um encontro seu com o Chico Buarque.” Quem não quer ter um encontro com Chico Buarque? [risos] “Pô, eu acho bacana, eu acho um talento brasileiro!” “Também acho.” Aí, liguei para o Chico, marquei uma noite na minha casa. Eu morava na João Lira, em uma cobertura que depois o Caetano comprou da minha ex-mulher. Aí, Chico chegou antes: “Macedo, eu estou nervoso. Falar com esse cara.” [riso] Ele é a timidez em pessoa. Eu digo: “É, é um cara fechadão, mas vocês vão se entender. Deixa aqui que eu faço o negócio.” Aí, chegou o Humberto e tal. Logo se entenderam. O Humberto: “Chico, você trouxe a peça aí?” “Trouxe.” Eu tinha mandado ele: “Traz o *script*.” “Está aqui.” “Então, eu vou me divertir, porque no avião eu vou ler. Agora, fica tranquilo que eu acho que não tem problema. Quando eu tiver resolvido, eu ligo para o Macedo, ele te avisa.” “Está bom.” Aí, tomaram uns uísques e foram embora. Isso foi domingo de noite. Segunda, ao meio-dia, o Humberto Barreto me ligou: “Macedo, está tudo resolvido, já falei com Armando Falcão. A peça está liberada sem cortes.” Liguei para o Chico e ele disse: “Macedo, eu não acredito!” [risos] Aí ele botou lá no dia da estréia: agradecimento especial a Luiz Macedo. Ninguém sabia por que, não é? [risos] Eu não guardo esse negócio, mas é um negócio que eu gostaria de ter. Qualquer dia vou cobrar dele: “Chico, eu preciso disso.”

<sup>57</sup> Amauri Kruel (1901-1996) foi chefe do Gabinete Militar da Presidência da República (1961-1962), ministro da Guerra (1962-1963) e comandante do II Exército (1963-1966) durante o governo João Goulart.

<sup>58</sup> Humberto Barreto, economista, foi nomeado diretor da Caixa Econômica Federal do Rio de Janeiro em 1964. Dois anos depois, tornou-se membro do Conselho Superior das Caixas Econômicas Federais onde permaneceu até 1967. Em 1974 foi convidado para chefiar a Assessoria Especial de Relações Públicas – AERP. Em 1977, deixou a AERP para ocupar a presidência da Caixa Econômica Federal onde permaneceu até 1978, quando pediu exoneração para concorrer à Câmara dos Deputados.

<sup>59</sup> Armando Ribeiro Falcão foi ministro da Justiça no governo Ernesto Geisel, de 1974 a 1979.

I.S. - Isso foi na boemia também? Essa relação com o Chico, com o Vinícius, isso tudo foi na noite?

L.M. - O Vinícius foi engraçado. Porque eu fui passar umas férias na Bahia e aluguei uma casa que era da Bethânia. E eram casas geminadas. Ao lado tinha outra casa onde estava morando o Vinícius quando ele estava casado com a Gesse, uma morena, mulata muito bonita.<sup>60</sup> Cheguei lá, ele estava tomando uísque nacional. Eu digo: “Mas Vinícius, pelo amor de Deus!” “Não tem aqui, aqui é tudo falsificado.” Então, toda semana eu saía daqui em um Caravelle da Cruzeiro do Sul, no final da tarde de sexta-feira, e voltava na segunda de manhã. Então, levava uma caixa de uísque que, mais ou menos, era consumida a cada fim de semana. Porque era um bando na casa dele. Aí, a gente ficou muito amigo mesmo. Depois tivemos uma temporada juntos em Paris. Uma figura linda. Doce. Muito boa gente. O Chico, eu era freqüentador assíduo do Antônio’s, quer dizer, conheci quase todo mundo ali. Paulinho Mendes Campos era meu amigo. Fernando Sabino. O Darwin Brandão, que era boêmio, trabalhou comigo.

I.S. - Na MPM?

L.M. - Na MPM. As reuniões na casa do Darwin Brandão eram famosas no Rio de Janeiro. E eu ia a todas, eu freqüentava e fiquei conhecendo Deus e o mundo no Rio de Janeiro.

I.S. - Zuenir.

L.M. - Zuenir, então, é um amigão meu, hoje. Eu acho que esse contato com esse pessoal aí foi fundamental também. Eu acho que tudo tem importância.

I.S. - Vou fazer uma pergunta indiscreta.

L.M. - Faça.

I.S. - O senhor falou sobre o problema de ser sobrinho do Jango durante o governo da ditadura. E não havia nenhuma questão entre estar trabalhando como agência do governo no período militar e freqüentar esse grupo que, de alguma forma, se sentia censurado, cerceado pelo regime?

L.M. - Você diz do grupo?

I.S. - Chico, Zuenir, Darwin... É curioso, até.

L.M. - Agora, veja como é, veja aí. O Chico, quando precisou. A mulher do Callado, quando o prenderam... A Ana.<sup>61</sup> Eu liguei para o coronel e digo: “Mas pelo amor de Deus!”

V.A. - O senhor tinha trânsito com eles.

I.S. - Tinha trânsito com os dois.

---

<sup>60</sup> A atriz baiana Gesse Gessy foi a sétima esposa de Vinicius de Moraes.

<sup>61</sup> Ana Arruda Callado.

L.M. - Deve ter havido, assim, um cara que não gostava de mim: “Pô, esse cara joga para os dois lados.” Mas eu nunca tive problema, nem do lado de lá, nem do lado de cá. Porque o lado de lá ficava empolgado. Quando você faz a aproximação, quer dizer, bota um Chico Buarque... Esse, então, é *hors-concours*! “Mas pô, você quer falar com Zuenir Ventura? Eu ligo para o Zuenir aqui e você fala com ele.” Eles ficavam extasiados. Presidente de Caixa, diretor de Caixa, diretor de banco. E, do lado de cá, eu acho que também o negócio de confiabilidade. “Quer dizer, o Macedo é amigo da gente, o negócio dele é esse, a posição...”

I.S. - E lá no governo isso não gerava uma desconfiança?

L.M. - Somente em caso de alguém que quisesse fazer a tradicional sacanagem. “Pô, esse cara, cuidado com ele.” Deve ter havido milhões de vezes, mas a maioria das vezes... João Batista Figueiredo, esse acabou meu amigo.

V.A. - Por causa do cavalo?

L.M. - Não.

V.A. - Não!?! Ah, não acredito!

L.M. - Talvez o único que não tenha sido por causa do cavalo. Mas depois da aproximação também tivemos bons papos sobre cavalo. Mas o cavalo dele era outro. O cavalo dele era de salto, o meu era de corrida.

I.S. - Ah, isso faz diferença?

L.M. - Total, fundamental. É outro ambiente. Não existe. Quer dizer, o cara de corrida não tem nada a ver com salto e o cara de salto não tem nada a ver com corrida. Só existe de ponto em comum aí o cavalo, mas é outro cavalo. Às vezes, até o cavalo de corrida se adapta. Mas hoje não mais, hoje é criação especial.

I.S. - E é um outro grupo, inclusive?

L.M. - Outro grupo, não tem nada a ver.

[FINAL DA FITA 3-B]

I.S. - Já que não foi pelo cavalo...

V.A. - Como foi a amizade com o Figueiredo?

L.M. - Foi através do Mafuz. O Figueiredo tinha um grupo, em Porto Alegre, com quem ele sempre se reunia para tomar chope, quando era do SNI.<sup>62</sup> E, nesse grupo, tinha um coronel ou general que era muito amigo do Mafuz. Quer dizer, o Mafuz freqüentava esse grupo do amigo do Figueiredo, e, através desse amigo, o Mafuz é que ficou amigo dele. Uma vez ele foi a Porto Alegre e pediu para comer um churrasco na MPM, já nessa casa nova. Aí, o Mafuz mandou fazer um churrasco para ele lá e eu fui. Aí, eu fui

---

<sup>62</sup> João Batista Figueiredo foi chefe do Serviço Nacional de Informação (SNI) de 1974 a 1978.

como serviço, um negócio importante, presidente da República, uma oportunidade de aproximar. E aí, a partir daquele... “Quando for a Brasília, passa lá.” Aí, um dia eu estava em Brasília e não me lembro quem lá disse: “Olha, tem um churrasco do presidente hoje e ele disse que, se você estiver aí, é para você ir.” Eu fui. E aí começamos a entrosar e tal. Eu achava ele muito engraçado, com aquele jeito dele. E acabou ficando meu amigo, mesmo. Depois que ele saiu da presidência da República, nos encontramos algumas vezes. Mas é uma figura que é muito diferente da que ele projetou. “Pô, eu não sou esse...” Eu digo: “A culpa é sua. A hora em que você diz ‘prende e arrebenta’, o que você quer? Quem fez isso, não foi sacanagem da imprensa nem nada, foi o senhor que fez.”

I.S. - Falou isso para ele com todas as letras. E ele reconheceu?

L.M. - É, não era mais presidente da República. [riso] O Jango presidente da República, uma vez eu cheguei na casa dele e digo: “Olha, Jango, os negócios estão errados assim, assim, assim e assim.” Ele estava fazendo a barba. Aí, ele virou e disse: “Luiz, tu já notou – gaúcho falando – que só chega perto de mim para me dar notícia ruim?” Eu disse: “Escuta aqui, tu já notou que esse bando de puxa-saco que está na tua volta jamais terá coragem de dizer qualquer coisa que te desagrade? Um abraço, presidente.” E sumi da vida dele. O engraçado é que ele mandou ligar umas duas ou três vezes: “Diz que não estou.” Aí, a secretária: “Mas, dr. Macedo, é o presidente da República!” Eu digo: “Mas eu não quero falar com ele.” Depois liguei para ele e tal, acertamos tudo. Mas é difícil.

V.A. - Durante o regime militar, tinha a AERP, Assessoria Especial de Relações Públicas, não era?<sup>63</sup>

L.M. - Que foi exercida pelo Said Farhat, que era um sujeito competente, e depois pelo coronel ou general Rubem Ludwig, que era brilhante. Brilhante! Não sei se eles fizeram um bom trabalho, mas acho que muita coisa amenizou ali. Eles conseguiram. Said Farhat era malandro, bom profissional – malandro que eu digo é no bom sentido, de saber, ter jogo de cintura. O Ludwig, para mim, foi uma surpresa. Eu achava que ele tinha, era um... Depois teve um outro, coronel Camargo: esse não foi bem, não.<sup>64</sup>

V.A. – Daqui é que saiu “Eu te amo”, “Ame-o ou deixo-o”, essas coisas?

L.M. - Ah, eu acho que é Camargo. É Médici. “Ame-o ou deixo-o” é Médici.

V.A. - E o senhor tinha relação com essa SERP?

---

<sup>63</sup> Criada em janeiro de 1968, a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP) era o órgão responsável pela propaganda política do governo militar.

<sup>64</sup> Said Farhat foi o primeiro a ocupar a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), quando foi criada, em 1979, durante o governo João Figueiredo, permanecendo na função até 1980. O então tentente-coronel Rubem Ludwig (1926-1989) trabalhou no Centro de Informações do Exército (Ciex) durante o governo Costa e Silva, entre 1968 e 1969, passando no governo seguinte, de Emílio Médici, a atuar na subchefia do Gabinete Militar da Presidência da República. Em 1978, já como coronel, tornou-se assessor de imprensa e relações públicas da Presidência da República no governo Ernesto Geisel, substituindo o coronel José Maria de Toledo Camargo.

L.M. - Não. Nunca se meteram no meu trabalho nem eu indaguei deles qual era o trabalho deles. Mas eu tinha relação, de ordem pessoal, com o Said Farhat e com o Ludwig, que era gaúcho e que eu conhecia de lá.

I.S. - Mas eram trabalhos separados?

L.M. - Eram. Não tinha nada a ver, o trabalho era totalmente isolado disso. Agora, me pergunte, por favor: “Em tudo isso aí que você viveu, quem você acha a pessoa mais inteligente, mais criativa e talvez a que mais tenha impressionado você na sua vida?” Pergunte, por favor. [risos] Já fez a pergunta? Miguel Gustavo.

V.A. - O autor dos hinos.

L.M. - O autor dos hinos, o autor do “Pra frente, Brasil”.

V.A. - Do “Jangar”.

L.M. - O autor do “Jangar”. O autor de um *jingle* lindo para o Sarney: [cantando] “Meu voto é minha lei, para deputado, José Sarney. O meu povo falou e está falado, é José Sarney para deputado.” [riso] Isso, cantado pelo Luís Vieira, depois ele adaptou para senador, quando o Sarney foi candidato a senador.<sup>65</sup> Eu vou contar uma história do Miguel Gustavo, para encerrar e para justificar isso que eu estou dizendo. Miguel, uma vez, para justificar: “Eu tenho que ir a Porto Alegre fazer uma visita, porque, pô, os clientes, eu tenho que vender o *jingle*.” Ele queria era ir para Porto Alegre por causa do Mafuz. Aí, numa reunião, para justificar, nós aparecemos em um cliente chamado Companhia Vinícola Riograndense, popularmente chamada de Granja União, que tinha umas marcas importantes do vinho consumido no Rio Grande do Sul, no Brasil, cabernet, merlot e tal e tinha lançado um vinho chamado Grand Rouge e estava fazendo um esforço muito grande em cima desse Grand Rouge. Tradicionalmente, o cabernet e o merlot eram chefes da venda. Quem mandava na empresa era um dos donos, chamado Mandelli, que era o nosso contato lá, era o nosso *interface* e que fazia publicidade. Era uma conta pequena, mas uma conta importante, Vinícola Riograndense, Granja União. Aí, eu levei o Miguel para conhecer o Mandelli. O Mandelli dizendo: “Eu sei da importância da propaganda. Eu sei, mas não tenho verba. Não dá. Quer dizer, o Macedo perde tempo aqui comigo. Agora, você, que é um gênio, devia inventar um jeito de anunciar para mim tudo junto, o cabernet, o merlot, o Grand Rouge e a Granja União. Você tinha que fazer isso tudo.” Eu digo: “Ah, Mandelli, você quer que ele, em 30 segundos, que é o tempo de um *jingle*, faça... Pára de dizer besteira, italiano! O cara vem aqui para uma visita de cortesia, não estou te vendendo o *jingle* nem coisa nenhuma. Eu vim aqui bater um papo com você.” Aí, fomos embora. À noite fomos lá beber uns trechos e o Miguel foi para o hotel. No outro dia, o Miguel chega de manhã e diz: “Macedo, o italiano não é tão burro. Sabe que eu acho que dá para fazer?” “Miguel, agora quem enlouqueceu foi tu? [riso] Que história é essa que dá para fazer?” Ele: “Vê se esse negócio tem sentido.” Quero ver se eu lembro a letra. [cantando] “Era uma vez três amigos, Merlot, Cabernet e Grand Rouge. Estavam em todas as mesas, viviam na Granja União. Merlot, Cabernet e Grand Rouge, amigos dos bons bebedores, senhores, elevem o copo na mão que o vinho é mais vinho na Granja União.”

---

<sup>65</sup> Luís Rattes Vieira Filho.

V.A. - Ah, que ótimo!

L.M. - Quando eu ouvi: “Miguel, eu não acredito!” [riso] Ele fez as três marcas, fez o institucional, em 30 segundos e com a melodia linda! O cara ficou maluco! Ele não tinha verba para vir para cá, mas divulgou no Rio Grande do Sul. Não havia uma reunião de clube ou dançante lá – tinha um conjunto musical que abria todas as festas, era característico –, eles abriam e encerravam os bailes lá com o *jingle*. [riso] Uma grande divulgação que ele teve. Como é que é? “Senhores elevem...” Não é elevem. Não me lembro mais qual é a palavra que ele usa. Esse cara era um gênio! Que talento! Não conhecia uma nota de música.

I.S. - Ah, é?!

L.M. - Agora botei o nome num cavalo em homenagem a ele, chamado “E daí, e daí”. Foi uma música que a Elizeth lançou que era um sucesso incrível. Tinha um potrinho para o ano que vem, a moça ligou e disse: “Que nome?” Eu mandei três nomes. Aí, o Stud Book não aceitou nenhum. Stud Book é o cartório de registro de cavalo de corrida. Aí, o Miguel estava na conversa e eu digo: “Põe ‘E daí, e daí’.” Em homenagem a uma música maravilhosa que ele fez. O “E daí, e daí” vai correr ano que vem.

I.S. - É um nome desafiador. [risos]

V.A. - Como foi essa campanha do Sarney, que o senhor mencionou aqui?

L.M. - Uma vez o Miguel me chamou e disse: “Vamos almoçar lá no Clube de Engenharia.”

V.A. - Aqui no Rio?

L.M. - É. “Vou almoçar com o Zé Sarney.” “Ih, esse cara é da UDN. Não gosto dele, não.” “Vamos lá, é boa gente.”

V.A. - Foi o próprio Miguel que chamou?

L.M. - É. Aí, o Miguel...

V.A. - Como ele conhecia o Sarney?

L.M. - Eu acho que de indicação justamente para isso, para fazer *jingle*. Aí, o Sarney disse: “Ah, Macedo, você podia me ajudar também. O Miguel faz essa parte do disco, mas esse negócio de cartaz, sua agência podia fazer isso para mim.” “Tudo bem, dá para fazer, sim.” Aí, fez e fiquei muito amigo do Sarney. Nesse governo eu tive prestígio. [riso]

V.A. - Mas o senhor disse que perdeu contas?

L.M. - Pois é, mas o amigo geralmente...

V.A. - Está certo.



L.M. - “Com o Macedo pode fazer. Pode fazer, é meu amigo.” [riso]

I.S. - Amizade tem dois gumes, não é isso?

L.M. - É. [risos]

V.A. - Então, aqui a gente está falando de campanha eleitoral mesmo. Além dessa campanha eleitoral, a MPM participou de outras?

L.M. - Isso eu fazia. A campanha do Jango não foi a MPM que fez. Fui eu quem fiz. Não tem nada nos registros da MPM que indique, que faça referência à campanha dele. Não sei por que fazia isso, talvez por não querer ligar.

V.A. - Então, essa do Sarney também não?

L.M. - Honestamente, não me lembro.

V.A. - E houve outras campanhas eleitorais? Porque, hoje em dia, é a coisa mais...

L.M. - Ah, hoje bastante. Houve a do Figueiredo. O Figueiredo não foi eleito? Colégio eleitoral. [riso]

I.S. - Mas campanha onde?

V.A. - Para os eleitores lá?

L.M. - Uma campanha que desse uma conscientizada aí de que... Então, a foto muito boa do Figueiredo: “Coragem, franqueza e lealdade. João Figueiredo”. Não dava era dizer “Vote Figueiredo”, porque seria ridículo. Quem ia votar era o Congresso. Eu sei que se preparou um plano mais de divulgação em cima disso e eu fui... [riso] Trabalhava comigo o Hélio Bloch, a quem eu tinha entregado toda a coordenação disso. Aí, o Hélio foi lá em Brasília, apresentou a campanha e o Figueiredo está sentado do meu lado, aí já meu amigo: “Está bom esse treco?” “Está, presidente.” “Está bom mesmo?” “Está.” Aí, lá pelas tantas, [riso] tem um político lá que diz: “Escuta, esse negócio de coragem... É bom: ‘Coragem, franqueza, lealdade’. Mas coragem...” E eu: “Que besteira! Eu acho a principal coisa. Pô, você é tido como uma pessoa corajosa, o povo gosta disso.” E o cara lá, dando os palpites dele. O Figueiredo: “É bom?” Eu digo: “É bom, é bom. Vai ficar, vai ficar.” Aí, ele diz: “Ô fulano – não me lembro quem era o cara –, por que tu está implicando aí? Tu acha que eu vou renunciar, que eu não me acerto muito bem com coragem nem coragem se acerta muito bem comigo?” “Não, não é isso, presidente.” “Não, não. Tu está com medo que eu tenha um cagaço no meio do caminho.” [riso] Olha, foi uma gargalhada geral! E acabou. A figura que tinha contestado lá sumiu. Boas passagens.

V.A. - O senhor quis que eu fizesse a pergunta sobre quem era o mais criativo, e eu a fiz. Agora, eu queria fazer uma comparação. Para o senhor, que acompanhou esse campo da propaganda desde os anos 50 até hoje, o que mudou e o que não mudou? Do ponto de vista de trabalho da agência, do ponto de vista do mercado, quais são as coisas mais importantes que se registram e que hoje o jovem que entra no mercado da

propaganda já não encontra? Quer dizer, a primeira coisa é o computador, evidentemente.

L.M. - Não sei, porque eu estou fora. Depois de 1991, eu entrei em duas agências.

V.A. - Esse registro a gente não tem.

L.M. - Eu entrei na Salles Propaganda, com o Euler. Olhei e digo: “Meu Deus do céu! Se eu entrasse aqui, eu não identificaria uma agência de propaganda.”

V.A. - Ah, entrar de...

L.M. - Entrar de visitar.

V.A. - Eu entendi que o senhor se aliou, associou.

L.M. - Não. Eu entrei como visitante. Era a campanha do Jockey, que eles estavam fazendo. O meu querido Armando Strozenberg também me levou para visitar a agência dele. Eu digo: “Armando, não sinto a agência de propaganda. Quer dizer, eu estou totalmente fora, fora de órbita e fora de circuito.” Eu até fiquei feliz, quer dizer, o meu desligamento foi efetivo. Depois eles inventaram uma história de me chamar para ser presidente da ABP. Era um complotinho, fizeram uma reunião na Artplan e eu fui lá, agora, há cinco anos. Aí eu fui, cheguei lá e era isso. Eu estava desconfiado. E digo: “Vocês estão completamente malucos. Eu estou fora, estou defasado. Sei que meu nome poderia ajudar em alguma coisa aí, vocês me ponham em um conselho. Eu aceito, sem prometer nada.” Sugerir o Armando. Eu digo: “Vocês têm o Armando, têm...” Indiquei o Armando e mais dois, Armando, Caio e não lembro quem, mas basicamente fixado no Armando.

Então, eu não estou em condição de te responder. Agora, uma coisa eu vou dizer: eu vejo, principalmente nesses grandes eventos, Copa do Mundo, Olimpíada, acho que está havendo essa fiscalização que eu falei para vocês, essa peneira. Os caras estão muito descuidados nisso. Eu estou vendo muita coisa ruim na propaganda, muito anúncio ruim. Anúncio que, meu Deus do céu, às vezes, tenho até vergonha. E de agências qualificadíssimas. Essa briga de cerveja aí, então, é um Febeapá. Me perdoem os profissionais envolvidos no negócio, mas esse “Nã, nã, nã” do Nizan é um negócio ridículo. Mania de criatividade que a mídia sustenta. “Ah, eu acabo achando bonitinho.” Claro, com aquele volume de mídia em cima, vai acabar achando bonitinho. Aquele outro que sai nadando de lá para tomar cerveja, atravessa a África para tomar cerveja num bar... Ah, pelo amor de Deus! Será que o consumidor é bobo? Então, muita coisa aí difícil de engolir. Eu não sei, eu acho que a propaganda tem um risco muito grande. Quer dizer, a criatividade pela criatividade. Tem muita idéia boa, bonita, mas que não fica adequada ao produto, ao serviço, ao momento. Quer dizer, essas coisas não podem ser usadas. Eu acho que está meio um vale tudo. Se deixar, o criador é fogo! Ele é talentoso, tem idéias fantásticas. É capaz de sair uma Nossa Senhora em um anúncio de Bombril da vida. [riso] Então, eu acho que é um negócio que mais ou menos eu sinto na TV Globo e que com o Boni não saía, não. São licenciosidades, não no sentido pejorativo, a que a Globo se permite hoje e que o Boni não deixava. Aquele controle de qualidade que existia no tempo do Boni não existe mais. Por quê? Vai dizer: tudo pela audiência? Vale isso? As outras fazem mais vale tudo pela audiência, as outras engrossam mesmo. Há coisas na televisão brasileira hoje que eu afasto minha neta, eu

digo: “Espera aí, não dá para ver. A essa hora, não dá. As crianças estão acordadas.”  
 Está lá.

V.A. - Agora, o senhor entrou fisicamente nas agências e não reconheceu. Por quê?  
 Qual era a mudança? O que tinha de diferente?

L.M. - Mudou o *layout*. O *layout* é totalmente diferente. Quer dizer, a computação é um  
 arrasa quarteirão. Então, eu entrei atrás do meu departamento de arte, de montagem lá,  
 meu estúdio. [riso]

I.S. - O cheiro de tinta? [riso]

L.M. - É, o cheiro de tinta do meu hotel. E hoje, eu vou te contar uma coisa. Se os caras  
 chegassem assim e dissessem: “Tem essa agência assim para você dirigir. Você faz o  
 que você quiser.” Eu: “De jeito nenhum. De maneira nenhuma.” Não sei fazer. Mudou  
 mesmo, evoluiu. As pessoas que acompanharam devem estar muito felizes, mas quem  
 saiu fora não se readaptaria. Eu acho que não teria condição, competência para me  
 readaptar em um negócio desse.

V.A. - Para mim, está ótimo.

I.S. - Para mim, excelente.

V.A. - O senhor quer falar mais alguma coisa, deixar registrado?

I.S. - Quer que a gente faça mais alguma pergunta? [riso]

L.M. - Tem umas notinhas que eu fiz aqui.

V.A. - Vamos ver se tem alguma coisa aí.

L.M. - Só um fecho de credibilidade. Eu já falei para vocês que eu fiz uma viagem com  
 o pessoal da Caixa Econômica para estudar a Loteria Esportiva.

V.A. - Ah, não! O senhor mencionou apenas. Eu até fiquei pensando: isso foi no  
 momento em que se criou a Loteria Esportiva?

L.M. - É, mencionei. Eu viajei com esse senador Villas Boas, com Aurélio Castelo  
 Branco, que era o chefe da divisão lotérica da Caixa, e o Simão Brayer, que era da  
 Datamec, que fazia a parte de informática. A gente visitou Portugal, Espanha, Suécia,  
 França, Itália, Grécia, países onde estava implantada a loteria esportiva. Por que eu  
 viajei? Em busca de informação para chegar aqui, quer dizer, a conta da loteria  
 esportiva era minha, como apêndice da loteria. E vasculhamos tudo, houve um  
 congresso na Grécia também de loterias, que foi o final da nossa viagem. Foi planejada  
 para isso, primeiro vamos nos países que têm e depois a gente chega no congresso e vê  
 o bicho que dá. E, chegando aqui, eu deveria preparar a campanha de lançamento da  
 loteria esportiva. Inclusive com a previsão orçamentária para ir para o Conselho para  
 aprovar. E o que eu fiz? Eu digo: “Olha, o que vai acontecer? Fácilimo de prever. A  
 imprensa vai dar uma cobertura tal que é absolutamente desnecessária a divulgação  
 através de anúncio. Então, a minha recomendação é que se faça um anúncio de

lançamento assim, um VT e tal, e acabou a publicidade da loteria federal. Porque o resto, a mídia vai correr atrás desesperada para dar a informação melhor e para dar a cobertura melhor.” Quer dizer, os caras receberam, esperando uma previsão de orçamento que talvez não fosse enquadrada na realidade deles. Eu acho que isso é um dos exemplos que eu posso dar para vocês de como trabalhava a MPM. Quer dizer, um negócio desse conta ponto.

V.A. - Qual conselho? O senhor disse que mandou para o conselho. Qual conselho?

L.M. - A Caixa Econômica, além da diretoria, tinha um órgão chamado Conselho Superior das Caixas Econômicas, antes da unificação da Caixa Econômica. Tinha uma Caixa Econômica no Rio de Janeiro, tinha outra no Rio Grande do Sul, tinha outra em São Paulo. Esse conselho fazia o entrosamento de todas. Depois, houve a unificação, e o conselho desapareceu.<sup>66</sup> Mas a loteria foi lançada quando ainda estava o Conselho Superior se extinguindo. Foi exatamente ali o momento de transição. Então, isso se espalha, isso é importante para que seja dado o perfil da empresa. Então, o perfil da MPM era este, foi forjado. Não que eu não quisesse: era uma belíssima verba, claro que queria. Mas está lá na frente.

V.A. - Perfeito. Entendi.

[FINAL DO DEPOIMENTO]

---

<sup>66</sup> O Decreto-lei nº 759, de 12 de agosto de 1969 criou a Caixa Econômica Federal e determinou que seu capital inicial fosse constituído pelo total do patrimônio líquido do Conselho Superior das Caixas Econômicas Federais e de todas as Caixas Econômicas então existentes.