

PAULO BRIGUET

O SENHOR DA ENGENHO



VALDUIR PAGANI
BIOGRAFIA

Projeto Editorial: Engenho Propaganda

Projeto Gráfico: Eduardo Gouveia

Textos e edição: Paulo Briguet

Revisão: Chico Amaro, Carol Pagani e Dirleni Pagani

Editoração Eletrônica: Engenho Propaganda

Finalização: Engenho Propaganda

Impressão: Midiograf

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Pagani, Valduir

O senhor da Engenho / Valduir Pagani ; textos e edição Paulo Briguet. -- Londrina, PR : Midiograf, 2023.

ISBN 978-65-86442-39-7

1. Biografia 2. Publicidade - Brasil - História
3. Publicitários - Biografia I. Briguet, Paulo.
II. Título

23-160461

CDD-659.1092

Índices para catálogo sistemático:

1. Publicitários : Biografia e obra 659.1092

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415

Londrina, 2023

VALDUIR PAGANI

O *SENHOR* DA
ENGENHO



DEDICATÓRIA

Agradecemos primeiramente a Deus, por ter nos dado o privilégio de conviver com Valduir. Somos gratos igualmente a ele por ter começado a formar nossa família – a nossa base.

Agradecemos ao Valduir por estar sempre presente em nossas vidas, ele nos ensinou tudo! O amor pelo trabalho, pela família, pela Igreja, pela vida. Vida em que ele tanto lutou, seja nos problemas do cotidiano ou na doença que enfrentou. Nosso guerreiro, como sempre o chamávamos, nos ensinou a lutar. Só não nos ensinou a lidar com a saudade... Mas quem poderia nos ensinar isso? Ele sempre será nossa fonte de inspiração na vida e no trabalho.

Nosso muito obrigado a todos os nossos clientes – atuais e antigos – que apostaram na Engenho, trazendo muitos *cases* de sucesso. Sem cada um de vocês nada seria possível. Obrigada por fazer parte de nossa história e nos ajudar a conquistar o mercado publicitário, incluindo diversas premiações.

Especialmente agradecemos ao Paulo Briguet por toda a sua sensibilidade e maestria nos detalhamentos deste livro, que transpira emoção e leveza. Aos nossos queridos amigos Chico Amaro e Domingos Pellegrini, que nos presentearam com o prefácio, a revisão e a orelha deste livro, também recebam nosso carinho.

Nossa gratidão a todas as pessoas que deram seu depoimento para iluminar mais essa escritura com detalhes e lembranças.

The show must go on. E só é possível continuar porque temos a família Engenho conosco. Agradecimentos a Carlão, Eduardo, Enio, Isabela, Júlio, Mauro, Waldemar e Zeza por continuarem trilhando com a gente esses próximos 50 anos.

Família Midiograf (em especial Nivaldo, Edson e Elieth), sem vocês esse livro não existiria. Obrigado por serem nossos parceiros não só nesta obra, mas durante quase toda a existência da Engenho.

Agradecemos também a todos os veículos de comunicação e fornecedores que trilham esse caminho conosco.

E aos nossos amigos que sempre estiveram conosco em todos os momentos.

Dirleni, Rodrigo, Carolina, Juliana, Felipe, Eduardo, Lucas e Guilherme Pagani.

P R E F Á C I O

O *ENGENHO* E A ARTE DE *VALDUIR* PAGANI

C H I C O A M A R O

Muito já foi pesquisado, documentado e publicado a respeito dos meios de comunicação de massa que existiram ou estão presentes no cotidiano dos londrinenses. Esta é uma cidade bem diferente da grande maioria: desde praticamente sua infância (e, com menos de 90 anos, ainda é adolescente), tem um prazer e um zelo enorme pela preservação e o cultivo de sua curta e densa história, um prazer incomparável de transmitir uma história carregada de atos de coragem, heroísmo e ousadia às gerações que vão se sucedendo.

Mas no campo da propaganda, essa companhia inseparável dos meios de comunicação, fonte essencial de recursos financeiros para sustentá-los e permitir-lhes um trabalho de qualidade, faltava-nos uma bibliografia mínima que informasse com rigor

a trajetória percorrida pela cidade – ou o que ocorreu de mais importante nesse percurso. Agora não falta mais.

Temos agora este *O Senhor da Engenho* para subsidiar outras pesquisas e outros dizeres a respeito da propaganda em Londrina. A cidade que, como é dito nestas páginas, em seus primórdios teve na propaganda pelo país afora uma ferramenta de enorme valia para o seu povoamento e construção da sua riqueza, deu no início dos anos de 1970 um salto no sentido da profissionalização da propaganda, qualificando sua produção e relação com os veículos de comunicação – e esse é o ponto de partida deste livro.

Valduir Pagani, *O Senhor da Engenho*, participou, viveu, tateou, estudou, refletiu, procurou, inventou e criou métodos que lhe abriram portas, que cativaram clientes e veículos, que elevaram o nível da propaganda londrinense para patamares que ela não tinha conhecido. Entrou no mercado em 1973 com a Engenho, depois de ter tido curta experiência com publicidade em outra agência, e ali esteve por 50 anos, colhendo os frutos do seu modo de agir, da sua personalidade, da sua enorme proatividade, da sua generosidade até mesmo com quem o procurava para... abrir uma agência de publicidade que viria a ser sua concorrente.

Os testemunhos constantes deste livro comprovam essa generosidade, mas também revelam o valor que Valduir sempre deu à criatividade de sua equipe, ciente de que esse é o principal valor de uma agência de publicidade.

É uma sorte, para o leitor, que Valduir, *O Senhor da Engenho*, tenha entregado a responsabilidade desta produção a Paulo Briguet. Nas entrevistas e no texto – vivo, rico, de prazerosa leitura e com pitadas certeiras de erudição – temos um retrato amplo e

humano de um ambiente onde se produziram marcas e mais marcas que povoaram o imaginário do londrinense.

É pena que Valduir Pagani não esteja mais entre nós e não possa assistir ao lançamento desta obra. Encomendou o livro, pensando na comemoração do aniversário da Engenho, acompanhou todos os passos do autor, mas não pôde permanecer conosco. Este livro é seu último legado.

– **Chico Amaro** é jornalista, escritor, professor e redator publicitário.

S U M Á R I O

1) PIRAPÓ, A AURORA DA INFÂNCIA	13
2) APUCARANA E A HORA DO ÂNGELUS.....	27
3) A ERA DO RÁDIO.....	37
4) O NORTE DA PROPAGANDA	47
5) O ESPÍRITO DA ENGENHO	59
6) OS ENGENAUTAS.....	69
7) ÀS MARGENS DO IGAPÓ	81
8) OS AMIGOS DA COMUNICAÇÃO	91
9) AMOR, PAIXÃO E MÁQUINA DE ESCREVER.....	101
10) JORNALISTAS E PUBLICITÁRIOS	109
11) O HOMEM DA FOLHA E O SENHOR DA ENGENHO.....	119
12) ENTREGA DE CORPO E ALMA	127
13) LENDA VIVA.....	135
14) A VELHA GUARDA.....	145
15) EU QUERO QUE VOCÊ SEJA MUITO FELIZ	155
16) O SARGENTO E O GENERAL	163
17) OS MENINOS DA ENGENHO.....	171
18) O SENHOR DAS CÂMERAS.....	179
19) A RAZÃO DE SER	187
20) CONHEÇA ALGUNS DOS NOSSOS TRABALHOS	203

AO LONGO DESSES 50 ANOS



CAPÍTULO 1

PIRAPÓ, A *AURORA* DA INFÂNCIA

*“Ob! dias da minha infância!
Ob! meu céu de primavera!
Que doce a vida não era
Nessa risonha manhã.”*
(Casimiro de Abreu)

Joãozinho era um meia-esquerda habilidoso. Na época da guerra, quando o Palestra Itália teve de trocar o nome para Palmeiras, o moço de Araras construiu uma sólida reputação de craque nos campeonatos da zona rural. Envergando a camisa palestrina, o meio-campista mostrava toda a sua habilidade nas fazendas da região. Além do time principal, o Palmeiras mantinha vários esquetes amadores no interior de São Paulo, e era em um desses alviverdes rurais que João Pagani brilhava nos finais de semana. Certo dia, depois de um empate suado com o time de Borborema — terra de sua esposa Maria Hermínia —, João esperava o trem que o levaria de volta para casa quando um menino ruivo de calças curtas, sem dizer uma palavra, entregou-lhe na mão um panfleto. Dizia o anúncio:

*Sinta a alegria de viver e
prospera no Norte do Paraná*

A frase despertou alguma coisa dentro de João. Então existia um lugar neste mundo em que a alegria de viver — a alegria de fazer um gol, de criar uma família feliz, de assistir ao nascimento de um filho — vinha acompanhada de prosperidade? Aquele anúncio na parede da estação prometia algo mais do que os anúncios que João estava acostumado a ver: prometia o futuro.

Mas não foi só a frase que o atraiu. Havia também uma foto que mostrava algumas casas de madeira, uma nesga de floresta e o horizonte imenso. A legenda da foto informava: *Vista parcial da cidade de Londrina*. Mais abaixo, depois de um curto texto de apresentação da Companhia de Terras Norte Paraná, João leu os quatro itens que destacavam as vantagens da região:

1. *Títulos de domínio absolutamente seguros;*
2. *Fertilidade e salubridade;*
3. *Estrada de ferro e boas estradas de rodagem;*
4. *Água de uma pureza invulgar.*

“Ah, mas isso aqui está muito bom para ser verdade”, pensou João. Não seria um golpe para enganar os trouxas? No momento em que João formulava essas dúvidas para si mesmo, o trem chegou e os colegas o chamavam. Um deles, o lateral-direito Agenor, gritou:

— Acorda, Joãozinho, que amanhã é preto na folhinha!

João colocou o panfleto no bolso, sorriu e embarcou.



Algun tempo depois, João e Maria Hermínia estavam em outro trem, levando os dois filhos pequenos, Waldesir e Áurea, e alguns

poucos pertences, rumo ao Norte do Paraná. Depois de uma longa viagem, foram recebidos por uma colônia de italianos em uma localidade cujo nome tivera de ser trocado. Assim como o Palestra Itália se tornou Palmeiras, Nova Dantzig virou Cambé, para evitar referências ao terrível Eixo.

João e Maria Hermínia trabalhavam duro. Ela, cuidando das crianças e da sobrevivência diária na pequena casa de madeira. Ele, ajudando os *oriundi* da colônia a derrubar a mata e abrir espaço para as plantações de café. Permaneceram ali dois anos, e a prosperidade anunciada pelo panfleto ainda não dera o ar da graça.

À noite, quando fazia as suas orações, João perguntava a Deus quando iriam encontrar aquela alegria prometida no anúncio. Ao seu lado, silenciosamente, Maria Hermínia também rezava por dias melhores.

Eis que apareceu uma luz: os Fenatos, uma família italiana conhecida, chamaram João para trabalhar em uma fazenda no distrito de Pirapó, município de Apucarana. Foi nessa fazenda que Maria Hermínia percebeu estar grávida pela quarta vez. Quando ela deu a notícia a João, o marido abriu um sorriso: uma criança era sempre uma alegria.

Valduir Pagani nasceu numa casinha de pau-a-pique, na fazenda dos Fenatos, em 19 de dezembro de 1945. No entanto, foi registrado um mês depois, em 19 de janeiro de 1946. Era época de festas, e a viagem até a sede do município, de carroça, em estrada de terra, oferecia dificuldades. Muitos anos depois, Valduir perguntou ao pai por que havia demorado tanto tempo para registrá-lo. O velho João respondeu:

— Ah, meu filho, é que assim você iria servir o Exército com 19

anos e não com 18...

Três anos depois de Valduir, nasceria Arlete, a filha caçula da família Pagani.



Em Pirapó, uma das promessas do panfleto — *Títulos de domínio absolutamente seguros* — se tornou realidade: João Pagani comprou seu primeiro lote de terra, ao qual deu o nome Sítio São José. À época, o Norte do Paraná começava a se firmar como a maior região produtora de café do planeta. As lembranças mais remotas de Valduir estão ligadas ao *Ouro Verde*. Desde pequeno, Valduir e os irmãos viveram o cotidiano da cafeicultura. Brincavam e ajudavam nas tulhas, nos terreiros, nas ruas da plantação. Inúmeras vezes espalharam os grãos de café para secagem ao sol.

O menino Valduir tinha espírito aventureiro — e em suas andanças e brincadeiras tinha sempre ao lado a irmã caçula, Arlete. Ele era o seu grande ídolo, e ela o acompanhava em tudo. Armavam arapucas, caçavam borboletas, corriam atrás dos vagalumes, faziam bolas de capim, tocavam flautas de bambu, construíam rolimãs de latinhas e andavam em carrinhos de troncos. Só estavam proibidos de nadar no riacho, pois havia muitos bichos ferozes que vinham matar a sede no lugar. À noite, contavam estrelas.

O anjo da guarda de Valduir começou a trabalhar cedo. Aos quatro anos, Valduir entrou em um pasto e por pouco não foi pego por um touro brabo. O gigantesco animal se aproximou do menino, cheirou-o e afastou-se calmamente. Quando Arlete estava com

apenas vinte dias, Valduir brincava com os instrumentos de carpintaria do pai, quando caiu sobre o berço de caixote em que a irmã dormia. Os anjos da guarda dos irmãos atuaram juntos para que nenhuma das crianças se ferisse.

Valduir e os irmãos também realizavam pequenas tarefas domésticas. Limpavam os troncos de café, alimentavam as galinhas, recolhiam a roupa no varal de espinhos (que às vezes espetava os dedos), cortavam gravetos e levavam almoço para os pais na roça. Comilão, Valduir às vezes abria as marmitas e devorava as misturas.

Aos domingos, no final da tarde, João e Maria Hermínia reuniam os filhos debaixo de um pé de laranja lima. Enquanto descascavam as laranjas, eles contavam às crianças histórias que falavam das coisas de Deus.



Aos sete anos, Valduir entrou no Grupo Escolar Rocha Pombo, na sede do Distrito de Pirapó. Ele e o irmão acordavam bem cedo, antes das seis, e percorriam a cavalo os 5 quilômetros de distância entre o sítio e a escola do distrito, enquanto o Sol ia nascendo. Muitas vezes, levavam litros de leite na garupa do cavalo, para distribuí-los entre alguns moradores de Pirapó, e depois iam para a aula. Waldesir já estava cursando o ginásio e dali do Pirapó pegava carona ou (quando passava no horário) o ônibus para Apucarana.

Mas, depois de algum tempo, João achou que aquela rotina estava ficando muito pesada para os dois meninos. Além disso, a pequena Arlete em breve começaria a estudar na mesma escola. João resolveu então vender o sítio e comprar um bar em Pirapó.

Era um estabelecimento pequeno, com duas mesas de sinuca e, nos fundos, duas quadras de bocha, jogo muito popular entre a colônia italiana.

De manhã, Valduir e o irmão iam para a escola. À tarde, o pai ficava na quadra de bocha e os meninos cuidavam do bar. Um dia, Valduir, que ainda mal alcançava a mesa, resolveu jogar sinuca. Acabou por se tornar um jogador habilidoso, vencendo todos os adultos que o desafiavam em Pirapó.

Além da escola e da sinuca, havia um aparelho que fascinou Valduir desde o primeiro momento — o rádio. O aparelho da marca ABC, sempre ligado no bar, representava para Valduir uma caixa de sonhos. Ao ouvir as narrações de jogos do seu querido Palmeiras, o menino imaginava as arrancadas esplêndidas de Jair da Rosa Pinto, que muitos palmeirenses da velha guarda dizem ter sido tão bom quanto Pelé, e as defesas monumentais de Oberdan Cattani, a muralha palestrina. Havia muito mais: as canções de Orlando Silva, Nelson Gonçalves e Ângela Maria; o humor do “Balança mas não cai”; o programa de César Alencar na Rádio Nacional (ele que se tornaria o modelo inspirador de Silvio Santos); as dramáticas radionovelas da Tupi; as locuções espetaculares de Fiori Gigliotti na Bandeirantes — *“Aguenta, coração...”*

Naquele dial, existia um mundo a ser explorado. E logo Valduir entraria nele.



De tanto ouvir rádio e assistir às fitas-em-série no pequeno cinema de Pirapó, o menino Valduir começou a alimentar a ideia de que um dia seria artista. Sim, artista! Quem sabe um Flash

Gordon, um Jerônimo, um Tarzan.

Até que Valduir decidiu criar o seu próprio circo. O picadeiro era uma garagem. Arlete ficava responsável por espalhar uma enorme quantidade de palha de arroz no chão da garagem, para que Valduir pudesse apresentar seus números em segurança. Ele tinha uma especial predileção por representar personagens que usavam capa e voavam. Mas também tinha dotes musicais: gostava de encerrar os espetáculos cantando “Índia”, em dueto com Arlete:

*Índia, teus cabelos nos ombros caídos
Lindos como a noite que não tem luar
Teus lábios de rosa para mim sorrindo
E a doce meiguice deste teu olhar*

O público do circo era composto pelas crianças do Pirapó, a quem Arlete vendia ingressos. Entre todos os espectadores, o mais entusiasmado era o garoto Nivaldo Rizzo, afilhado de batismo de João e Maria Hermínia. Com dois anos, Nivaldo contraíra poliomielite e por isso tinha dificuldades de locomoção. Para ele, os saltos e voos de Valduir eram um espetáculo ainda mais impressionante.

Valduir e Arlete adoravam Nivaldo. Faziam questão que ele estivesse presente em todas as suas brincadeiras e aventuras, e literalmente o carregavam a todos os lugares. Nivaldo jamais se esqueceu do dia em que Valduir saltou várias vezes do telhado do galpão de bocha, tendo um guarda-chuva como paraquedas e gritando:

— *Supermaaan!*

Pirapó só contava com luz elétrica até às dez da noite. Nessa hora, o gerador da vila era desligado, e o breu tomava conta da terra vermelha. Certa noite, Valduir e Nivaldo brincavam nos fundos de um armazém com mais um amigo. A luz se apagou e Nivaldo ficou com medo do escuro. Caminhando com dificuldade, tentava sair do armazém, quando se desequilibrou e caiu de cara no chão. Sentindo que seu nariz sangrava, Nivaldo começou a chorar e disse a Valduir:

— Meu nariz quebrou!

Imediatamente, Valduir e o outro menino começaram a procurar alguma coisa no chão.

— O que é que vocês estão fazendo, Valduir?

— Ué, estamos procurando seu nariz pra colar de volta.

O choro de Nivaldo virou riso.



Depois da tragédia de 1950, quando o Brasil perdeu um título mundial praticamente certo para o Uruguai em pleno Maracanã, aguardava-se com ansiedade a Copa do Mundo de 1954, sediada na Suíça.

A estreia da Seleção Brasileira naquela Copa aconteceu em 16 de junho de 1954, no estádio de Les Charmilles, em Genebra. Na pracinha do Distrito de Pirapó, no Norte do Paraná, enquanto os comandados do técnico Zezé Moreira entravam em campo nos gramados suíços, quatro meninos jogavam bola de gude no chão de terra batida. Seus nomes eram Valduir, Nivaldo, Hilário e Hernandes. No alto-falante da praça, instalado pelo pai de

Hilário, que era dono do modestíssimo cinema local, o locutor narrava as emoções de Brasil e México.

Os olhos dos quatro meninos estavam voltados para as bolas de gude, mas os ouvidos — e o coração — acompanhavam os lances do escrete brasileiro nas terras helvéticas.

Aos 24 minutos do primeiro tempo, o jogo dos meninos foi interrompido pelo jogo dos homens: o centroavante Baltazar, conhecido como Cabecinha de Ouro, abriu a contagem para o Brasil, com um belo arremate indefensável dentro da área. Em seguida, o glorioso Didi ampliou com um gol de falta. Ainda no primeiro tempo, Pinga marcou mais dois, aos 34 e 42 minutos.

Os meninos se abraçavam; os homens se abraçavam. Pirapó estava em festa; dificilmente se poderia esperar uma estreia mais promissora, quatro depois do Maracanazo. Quatro a zero com apenas 45 minutos!

Mas o Brasil queria mais. No último minuto da partida, o pontadireita Julinho Botelho fechou a goleada. Valduir vibrou bastante com o gol do craque da Portuguesa, que mais tarde viria a brilhar no seu querido Palmeiras.

Depois do jogo, os quatro meninos foram brincar no galpão de uma oficina de caminhões. À noite, quando voltavam para casa, só se enxergava o branco dos olhos, o rosto e o corpo inteiro estavam cobertos de fuligem. Quatro Al Jolsons felizes da vida na pequena Pirapó.

Apesar da estreia avassaladora, o Brasil não foi muito longe naquela Copa de 1954. Foi eliminado pela lendária Hungria, por 4 a 2, numa partida que ficou conhecida como a Batalha de

Berna. Antes disso, porém, Valduir, Hilário e o craque Hernandes correriam muito atrás da bola de capotão nos campinhos do Norte do Paraná; acompanhando tudo fora das quatro linhas, Nivaldo era o maior torcedor dos amigos.

A glória da Seleção Brasileira só viria quatro anos depois — na Suécia. Em junho de 1954, enquanto os meninos de Pirapó jogavam bola de gude no chão da praça, um rapaz chamado Edson começava a brilhar nos gramados de Bauru.



Se nos gramados Valduir era um lateral-esquerdo aplicado — sem chegar a ser um craque como o pai —, na escola já se destacava por sua desenvoltura com as palavras, tanto que foi escolhido para ser o orador na formatura da sua turma de primário. Mas aí ocorreu um problema: a cerimônia de formatura do primário (em Pirapó) e o exame de admissão para o ginásio (em Apucarana) eram no mesmo dia. (Naquele tempo, havia uma espécie de vestibular para o ginásio, porque as vagas eram limitadas e só os melhores entravam.)

O que fazer?

A solução foi encontrada por João. Ele era bem relacionado com o gerente do banco Bradesco em Apucarana, que possuía um Jeep. O pai de Valduir pediu-lhe que levasse o menino, de Jeep, do local do exame (de manhã) até o local da formatura (à tarde). O homem concordou. Valduir saiu do exame de admissão direto para o Jeep do gerente e chegou a Pirapó em tempo de fazer seu discurso. Na formatura, foi aplaudido. No exame, foi aprovado.

Valduir ficou muito contente com o resultado, mas estudar em

Apucarana impunha um novo sacrifício: 9 quilômetros separavam o distrito de Pirapó e o Colégio Nilo Cairo, na sede do município. De manhã bem cedo, Valduir se juntava a mais alguns colegas de Pirapó para vencer a pé, por estrada de terra, o percurso entre Pirapó e Apucarana. De vez em quando, conseguiam carona de algum caminhoneiro, mas nem sempre. Quando chovia, a situação era pior: chegavam à escola enlameados. A estrada de ferro era o caminho mais limpo e curto, e muitas vezes caminharam por aí. Uma rotina tão difícil que os dois colegas de Pirapó desistiram de estudar. Depois de um ano, João sentiu que o sacrifício dos filhos era pesado demais. Foi então que decidiu promover uma nova mudança de rumos: vendeu o bar, comprou um caminhão Chevrolet Brasil e mudou-se para Apucarana. João tornou-se caminhoneiro para poupar a viagem diária dos filhos.

— Eu quero que meus filhos estudem, assim vão ter as oportunidades que eu não tive.

No fundo, o que João mais queria era cumprir, para sua família, a promessa daquele anúncio que o menino ruivo lhe entregara na estação de trem:

*Sinta a alegria de viver e
prosperar no Norte do Paraná*



CAPÍTULO 2

APUCARANA E A *HORA* DO ÂNGELUS

*“Salve, salve, Apucarana
Pelo teu ser sempre novo
Reina em ti o amor de Deus
Pela fé deste teu povo”*
(Hino Municipal de Apucarana)

O nome Apucarana tem origem caingangue e significa *floresta imensa*. É um termo que evoca a imagem do Norte do Paraná antes da chegada da Companhia de Terras, no final dos anos 20. Até então, toda a região era coberta por uma belíssima mata nativa, que aos poucos foi cedendo lugar aos cafezais e às cidades. Quando a família Pagani se mudou para Apucarana, no início dos anos 60, o país assistia à inauguração de Brasília, a nova capital federal construída durante o governo desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek.

Conhecida como *Cidade Alta*, Apucarana tornara-se município em 1944. O lugar tem uma particularidade que todo visitante logo percebe: o cântico dos ventos. A música da ventania soava na manhã em que João e Maria Hermínia chegaram à cidade, trazendo os quatro filhos e o sonho de uma vida melhor. Waldesir e Arlete, que moram em Apucarana até hoje, amam esse vento que sempre lhes desperta boas recordações.

Valduir guarda na lembrança um momento feliz daqueles tempos

de mudança: o pai tocando violão numa cancha de bocha da cidade, ao lado do amigo e vizinho, o velho Ferracini, sanfoneiro dos bons. No repertório, canções de Carlos Galhardo, Orlando Silva e Vicente Celestino, ídolos populares da época. Entre todos, Vicente Celestino era o preferido de João, que adorava tocar “Gondoleiro do Amor”, “O Ébrio”, “A Casinha da Colina”, “Cabocla Serrana” e “Noite Cheia de Estrelas”:

*Noite alta, céu risonho
A quietude é quase um sonho
O luar cai sobre a mata
Qual uma chuva de prata
De raríssimo esplendor*

O fato de João tocar violão era, de certa forma, uma surpresa. Pouca gente sabia, mas João e Maria Hermínia carregavam no coração a dor imensa da perda do primeiro filho, Valsuir. Nascido em 1935, ainda no interior de São Paulo, o primogênito da família estava com poucos meses de idade quando Maria Hermínia deixou o bebê aos cuidados de parentes mais novas para trabalhar na roça. Quando a mãe voltou, o menino estava passando mal. Levado ao hospital, não resistiu — e a família nunca soube qual foi a causa da tragédia. Como forma de luto, João passou vários anos sem tocar e cantar. Mas agora, em Apucarana, sua voz e seus acordes voltaram a ser ouvidos. Era um bom sinal.



Valduir era um jovem feliz. Católico fervoroso, estudante aplicado, filho obediente, ele terminou o ginásio em 1960, ano da fundação de Brasília. Novamente foi escolhido pelos colegas como orador da formatura. No ano seguinte, ingressou no

ensino médio, onde fez a escola técnica de contabilidade. Foi por essa época que decidiu procurar um emprego; o irmão mais velho já trabalhava na agência do Bradesco. Valduir trabalhou um curto período como engraxate, foi atendente em um armazém de secos e molhados e depois conseguiu um emprego de receptor de sacarias de arroz, feijão e milho na empresa Kowalski, de Apucarana.

Nos finais de semana, as diversões eram o cinema e o futebol com os amigos. Valduir era o capitão e o técnico de um time amador criado por ele mesmo, o Brasília Futebol Clube. Dono da bola de capotão, era ele mesmo quem fazia os esquemas táticos e escolhia a posição em que todos iriam jogar. Sempre envergando com muita elegância os uniformes lavados e passados por Arlete — torcedora fanática do irmão —, Valduir atuava como pontadireita, centroavante e lateral. Mas o craque do time se chamava Adilson Zanoni.

Certo dia, depois de uma partida — mais um empate suado —, Adilson aproximou-se de Valduir e disse:

— Estão precisando de alguém pra trabalhar na rádio. Você tem interesse?

Os olhos de Valduir brilharam. Naquele dia, enquanto voltava para casa, ele observou o espetáculo de cores do poente no Norte de Paraná, e pensou que talvez aquilo fosse um sinal de Deus para ele.



No dia seguinte, uma segunda-feira, Valduir foi até a Rádio Cultura de Apucarana, onde o contrataram como auxiliar de

escritório. Durante o expediente, dava sempre um jeito de ir até o estúdio. Fascinado, observava o trabalho do técnico de som, mexendo com todos aqueles botões, e assistia ao desempenho dos locutores na caixa de vidro das cabines.

Percebendo o interesse de Valduir, o técnico de som Pereira Matias disse a ele numa tarde:

— Ei, menino, quer aprender?

Valduir aprendeu — e rápido. Em pouco tempo, começou a atuar como sonoplasta. Um dos programas mais badalados da emissora era o de Léo Dias, apresentador gaúcho, dono de um impressionante vozeirão. Ao meio-dia, ele lia notícias, anúncios e a importantíssima lista de aniversariantes da comunidade local. Como não havia ainda gravador na rádio, era tudo feito ao vivo, e Valduir chegou a escrever vários anúncios comerciais para o programa.

Ocorre que Léo Dias gostava de uma cachaça. Onze e meia, vinte para meio-dia, dez para meio-dia — e o homem não chegava. Ao meio-dia, o prefixo do programa já sendo repetido no ar, e nada de Léo dar o ar da graça. Furioso, o diretor da rádio ligou para o estúdio:

— Matias, cadê o Léo? Por que ele não entra no ar?

— O Léo sumiu. Estamos sem apresentador.

— Mas isso não pode acontecer! Temos aniversariantes importantes hoje. Vai lá você, Matias, e apresenta o programa.

— Olha, eu não tenho jeito pra isso, não...

— Tem mais alguém aí?

— Bom, tem aquele menino que me ajuda na técnica, o Valduir, filho do Seu João. Ele tem uma voz boa.

— Então é ele que vai apresentar!

Valduir, que acompanhava a conversa telefônica ao lado de Matias, percebeu que aquela seria a sua estreia como radialista. Um pouco nervoso, mas confiante, entrou no estúdio, enquanto Pereira Matias pilotava a mesa de som.

— Boa tarde, senhores ouvintes. Desculpem o atraso, tivemos um pequeno problema com nosso apresentador. Passo agora a ler a lista dos nossos aniversariantes do dia...

O diretor da rádio ouviu aquele programa e percebeu que Matias estava certo: o menino levava jeito para a coisa. Léo Dias foi demitido e a voz de Valduir começou a se tornar conhecida para os ouvintes de Apucarana e região.



Depois de seis meses atuando como locutor de notícias e notas sociais na Rádio Cultura, Valduir chamou a atenção de outra emissora local e recebeu uma proposta para trabalhar como apresentador e disk-jockey na Rádio Difusora de Apucarana.

Na nova emissora, Valduir fez locução e discotecagem de vários programas musicais. Os ídolos da Jovem Guarda estavam na crista da onda: Roberto e Erasmo, Jerry Adriani, Demetrius, Vanderléia, Sergio Reis, Os Incríveis. Grande fã da Bossa Nova, Valduir criou um programa noturno só para as músicas de Tom Jobim, João Gilberto, Dick Farney, Johnny Alf e companhia.

Mas o grande sucesso de Valduir no rádio foi o programa *A*

Hora do Ângelus, apresentado diariamente às 18 horas em ponto. Apucarana sintonizava a Difusora; o silêncio era quebrado apenas pelo vento e por Valduir:

— *O Anjo do Senhor anunciou a Maria.*

— *E Ela concebeu do Espírito Santo.*

Ave Maria, cheia de graça...

As mulheres e os homens; as crianças e os idosos; os patrões e os empregados; os pobres e os ricos; os nativos e os forasteiros; os leigos e os padres — praticamente a população inteira de Apucarana parava para escutar o relato do sim de Nossa Senhora ao anjo:

— *Eis aqui a escrava do Senhor.*

— *Faça-se em Mim segundo a Vossa palavra.*

Ave Maria, cheia de graça...

Alguns ouvintes chegaram a ligar para a emissora perguntando quem era o dono daquela voz tão bonita, que tocava os corações dos fiéis na hora do crepúsculo:

— *E o Verbo se fez carne.*

— *E habitou entre nós.*

Ave Maria, cheia de graça...

A fama de Valduir foi se espalhando por Apucarana e logo chegou a outras cidades. Os padres o abençoavam; as mulheres choravam; o pai, a mãe e os irmãos se enchiam de orgulho; as pessoas o apontavam na rua:

— Tá vendo aquele rapaz? É ele que faz a Hora do Ângelus...

Até que um dia a Rádio Clube de Londrina — uma das mais

importantes da região — precisou de um locutor. Por uma providencial coincidência, um rapaz chamado Dyson Pereira trabalhava na emissora. Ocorre que Dyson era um dos companheiros de happy hour de Valduir nos finais de semana em Apucarana.

Ao saber que a Rádio Clube estava à procura de uma voz, Dyson disse aos seus chefes:

— Eu conheço o locutor que vocês estão procurando. O nome dele é Valduir.

E contou-lhes sobre o sucesso do Ângelus em Apucarana.

— Vocês precisam ouvir o Ângelus dele, é muito bonito!

Para ouvir o tal menino do Ângelus, no entanto, era necessário *ir a Apucarana*. Dois diretores da emissora foram de carro até o município, que fica a 56 quilômetros. No meio do caminho, porém, se atrasaram, e não conseguiram chegar a tempo de ouvir o famoso Ângelus. Quando sintonizaram a Difusora, estava sendo transmitido um jogo de futebol de salão.

Naquele dia, havia ocorrido um problema com o narrador esportivo oficial da Difusora. Valduir, que até então só havia atuado como repórter e comentarista, foi chamado às pressas para substituir o narrador. Infelizmente, aquele não foi um dos seus melhores desempenhos na latinha.

Romeu Curi, um dos diretores da Rádio Clube, mal acreditou no que estava ouvindo:

— É esse o locutor que o Dyson tinha recomendado? Mas esse cara é muito ruim, não dá! — comentou, irritado.

De volta a Londrina, os diretores relataram sua decepção a Dyson. O funcionário, no entanto, insistiu:

— Ele não é narrador de futebol! Vocês precisam voltar lá e ouvir o Ângelus!

Tanto Dyson insistiu, que Romeu Curi fez uma nova viagem a Apucarana. Desta vez, no entanto, não errou o caminho. E então pôde ouvir a tão famosa voz do Ângelus.

— *O Anjo do Senhor anunciou a Maria.*

— *E Ela concebeu do Espírito Santo.*

Ave Maria, cheia de graça...

Imediatamente Romeu percebeu que Dyson tinha razão: aquela voz era excelente, exatamente o que a Rádio Clube estava procurando.

— Esse menino é um artista!

E foi assim que Valduir Pagani, aos 18 anos, veio para Londrina, em julho de 1964. Trazia para a grande cidade uma pequena bagagem, um coração cheio de esperança e nos lábios as palavras que os fiéis repetem a cada oração do Ângelus:

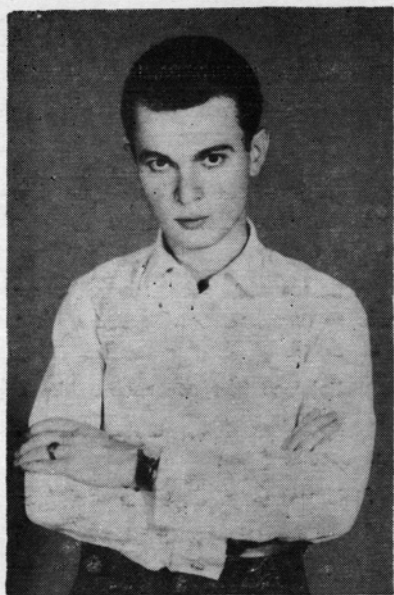
— *Rogai por nós, Santa Mãe de Deus.*

— *Para que sejamos dignos das promessas de Cristo.*

Um majestoso poente saudou a chegada de Valduir. Ele olhou para o relógio: era a hora do Ângelus.

CAPÍTULO 3

A ERA DO RÁDIO



VALDUIR PAGANI
«SHOW DAS DEZ - RODA SUCESSO»
RÁDIO ALVORADA DE LONDRINA

A Rádio Clube funcionava no segundo andar do prédio da Associação Comercial de Londrina. Construído no começo dos anos 40, aquele edifício fora durante algum tempo “o ponto mais alto do Sertão”, no dizer de David Dequech, primeiro presidente da entidade. Quando Valduir Pagani chegou a Londrina para trabalhar na rádio e fazer o curso de Direito, a Capital Mundial do Café crescia em ritmo acelerado, e já havia muitos outros edifícios mais altos. Mas estava ali, no topo do prédio da associação, a estátua de bronze de Mercúrio, com o indicador voltado para o céu, como a repetir o lema do velho Dequech: *“É preciso ter os pés no chão e os olhos no infinito”*.

Aquela voz grave e bonita logo se tornou conhecida na cidade. Valduir fazia de tudo na emissora: de encarregado da discoteca a locutor de comerciais. De manhã, apresentava o *Show das Dez*, com os sucessos da época. Às dez da noite, era a vez do *Boate 1160*, programa que utilizava truques de sonoplastia para simular o clima de uma casa noturna. Os ouvintes telefonavam e Valduir fazia sala:

— Então, amigo, está gostando de nossa boate? Aqui nós tocamos de tudo, basta pedir.

— Eu quero ouvir o Nelson Gonçalves.

— Excelente escolha. Mas diga: o que está achando da programação da noite?

Em meio a sons de drinques sendo servidos e conversas animadas, Valduir enrolava o ouvinte por alguns momentos, enquanto o discotecário se virava para encontrar o LP do Rei da Boemia.

No programa da manhã, patrocinado pela loja Armarinhos Paulista, havia distribuição de alguns brindes — discos, camisetas e ingressos de cinema. Para levar o brinde, os ouvintes que ligavam para a rádio (ou iam pessoalmente ao estúdio) tinham que responder uma charada. Por exemplo:

— Como é que um elefante faz para se esconder em um canteiro de morangos?

— Não sei!

— Ué, ele pinta as unhas de vermelho.

Estávamos em 1965. Os militares haviam tomado o poder em 31 de março do ano anterior, no movimento que por uns era chamado de Revolução e por outros de golpe militar. Na hora de sortear um ingresso para *Deu a louca no mundo*, em cartaz no Cine Ouro Verde, Valduir resolveu fazer a seguinte charada:

— Por que o macaco não serve o Exército?

O ouvinte não sabia a resposta.

Valduir então disse, na maior inocência:

— Porque o pai dele quebra o galho!

Alguns entusiastas do presidente Castello Branco deviam estar ouvindo o programa, porque minutos depois três viaturas policiais baixavam na frente da rádio. Valduir foi levado para a delegacia, onde tentou explicar aos agentes policiais que não era comunista, que não pretendia derrubar o governo e que não tinha ligação alguma com movimentos subversivos. Valduir era apenas um rapaz vindo do sítio, não fazia a menor ideia do que estava acontecendo no plano político. Nunca passara tanto medo na vida.

O assustadíssimo radialista foi liberado duas horas e meia depois, graças à intervenção do pai de seu colega Dyson Pereira, que era capitão do Exército. Parou de fazer charadas ao vivo — principalmente as que envolvessem as Forças Armadas. Só depois de um tempo, ao estudar o assunto e conversar com amigos e professores, Valduir viria a entender os acontecimentos políticos do Brasil naquela época.

Em 1966, Valduir e o amigo Romeu Curi se transferiram para a Rádio Alvorada, a convite do diretor da emissora católica, padre Eduardo Afonso. A Alvorada, “a catedral do ar”, funcionava no Edifício Júlio Fuganti, construído pelos irmãos Remo e Rômulo Veronesi, e um dos símbolos do ciclo do café em Londrina.

Valduir apresentava diversos programas na Alvorada. Um deles era o *Vitrola Mágica*, também patrocinado pela loja Armarinhos Paulista. Enquanto estava rolando um dos sucessos da época — digamos, *Quero que tudo mais vá pro inferno*, de Roberto Carlos —, Valduir atendia, fora do ar, a ligação de um ouvinte.

— O que você vai querer escutar hoje?

— *O ritmo da chuva*, do Demétrius.

— Ótimo.

O ouvinte não sabia, mas o técnico de som estava escutando a conversa pela extensão. Quando Valduir voltava ao ar, dizia:

— Amigo ouvinte, diga para nossa Vitrola Mágica que música você quer ouvir.

— *O ritmo da chuva*.

E a Vitrola magicamente atendia o pedido:

Olho para a chuva

Que não quer cessar

Nela vejo o meu amor

Esta chuva ingrata

Que não vai parar

Pra aliviar a minha dor

Chuva traga o meu benzinho

Pois preciso de carinho

Diga a ela pra não

Me deixar triste assim

À tarde, Valduir apresentava o *Não Diga Não*, que seguia a mesma fórmula de um quadro da Rádio Record de São Paulo, anos mais tarde copiado pelo apresentador Silvio Santos em seu programa de auditório. A brincadeira consistia em fazer uma série de perguntas rápidas ao ouvinte. Mas só ganhava o brinde quem conseguisse responder ao questionário sem pronunciar a palavrinha *não*. Poucos conseguiam...

Foi na Alvorada que Valduir conheceu o ator, diretor, locutor,

jornalista e agitador cultural Oswaldo Diniz, com quem iniciou uma frutífera parceria. Às 11h30, eles apresentavam juntos o programa *É Disco que Eu Gosto*. Discutiam ao vivo os lançamentos musicais da época, e às vezes faziam críticas impiedosas sobre os LPs que não os agradavam. Mas aquele também era o momento de ouvir um repertório diferenciado. Numa época em que os principais lançamentos demoravam a chegar ao interior, Valduir Pagani e Oswaldo Diniz conseguiam antecipar muitos sucessos que já estavam sendo ouvidos nas capitais.

Romeu Curi, que também era colega de turma de Valduir na Faculdade de Direito, foi o responsável pela criação de um programa de grande audiência na Alvorada: *O Mundo em Notícias*. Curi tinha uma muita facilidade para redigir textos informativos e reuniu uma equipe de craques para ler as principais notícias do Brasil e do mundo: os apresentadores Valduir Pagani, Dyson Pereira, Nello Lainetti e Jorge Helal (este último conhecido como uma das vozes mais bonitas do país).

Romeu Curi estava muito satisfeito com o sucesso de *O Mundo em Notícias*. Conseguiu criar um estilo de texto mais fluente, em que a última palavra de uma notícia era a primeira palavra da notícia seguinte. E o time de apresentadores era absolutamente impecável: “Eles simplesmente não erravam”, lembra Romeu.

Não erravam — pelo menos até o dia em que Romeu fez um trote. Era o Dia da Bandeira, e o texto de Romeu começava assim:

Salve o alvo, cerúleo, verde pano que a brisa do Brasil beija e balança...

Foi a única vez em que Valduir enrolou a língua durante o jornal.

Em 1967, Oswaldo Diniz decidiu montar a peça *Toda donzela tem*

um pai que é uma fera e convidou Valduir para fazer parte do elenco. Na comédia de Gláucio Gil, que conta a história de um general cuja filha resolveu morar com o namorado, Valduir interpretou o personagem Joãozinho e dividia a cena com Oswaldo (diretor e ator principal), Zeidi Araújo Trindade, Sebastião Felismino da Silva e Maria Lúcia Diniz. A peça foi apresentada no Teatro Filadélfia e teve boa repercussão entre o público local. Foi a primeira vez de Valduir nos palcos, mas não seu primeiro papel: ele já havia atuado na radionovela *Jerônimo, o Herói do Sertão* — no papel principal.

Além do rádio e do teatro, Valduir também foi chamado para trabalhar na televisão. Com tudo isso, mais a Faculdade de Direito, a rotina de Valduir se tornou extenuante. Ele morava no Lar Hotel, localizado na Rua Duque de Caxias, onde fora recebido praticamente como filho por uma família de alemães. Por volta das cinco da tarde, quando terminava de apresentar a *Vitrola Mágica*, Valduir saía da rádio, atravessava a Praça 1º de Maio, passava pela Concha Acústica e se encontrava, na frente do Centro Comercial, com Mauro Ticianelli e Valdimir Coutinho Mendes, seus colegas redatores da TV Coroados, esperando a Kombi que os levava até a sede da emissora, na Avenida Tiradentes. Antes do noticiário local, Valduir apresentava na TV um programinha chamado Manchetes Econômicas Fipar, uma empresa da área de mercado de ações.

Depois do programa, que terminava às 19h20, Valduir pegava ônibus ou carona para a faculdade. Chegava sempre atrasado à primeira aula, e saía antes de terminar a última, porque tinha que estar de volta à TV às 23 horas para apresentar o *Repórter Coroados*, noticiário noturno. Encerrado o noticiário, tinha que esperar até a emissora sair do ar, para que a Kombi o levasse de volta para o

centro da cidade (não havia mais ônibus nesse horário). Chegava ao Lar Hotel por volta de uma da manhã. Acordava às seis para voltar à Rádio Alvorada e começar tudo de novo. A trilha sonora de Valduir, nesse tempo, poderia ser a canção dos Beatles:

*It's been a hard days night
And I've been workin' like a dog
It's been a hard day's night
I should be sleepin' like a log*

Em meio à correria, Valduir só parou por um motivo: alguém lhe despertou a atenção. O amigo Romeu lhe havia recentemente apresentado Dirleni, uma linda estudante de magistério e de piano clássico. Uma tarde, antes de pegar a Kombi para a TV Coroados, Valduir resolveu fazer um telefonema do estúdio da rádio.

— Alô, é a Dirleni que está falando?

— Sim, sou eu. Quem é?

Valduir caprichou na voz de locutor:

— Aqui é um admirador secreto. Não reconhece a minha voz? Gostaria de ir ao cinema comigo?

A identidade logo deixou de ser secreta. Dias depois, Valduir e Dirleni estavam namorando. E a trilha sonora já era outra:

*And when I touch you
I feel happy inside
It's such a feelin' that my love
I can't hide
I can't hide
I can't hide*



CAPÍTULO 4

O *NORTE* DA PROPAGANDA

Certa vez pediram ao veterano publicitário Pedrinho Scucuglia para falar sobre os primórdios da propaganda em Londrina. Com sua habitual verve, Pedrinho disse que talvez o elo perdido da propaganda londrinense tenha sido o sujeito que, lá pelo começo dos anos 40, aparafusou um alto-falante no topo de tronco de eucalipto, de uns dez metros de altura, conectou o fio a um amplificador e ligou-o a um microfone e a uma vitrola de 45 rotações para anunciar o fim de tarde — esse maravilhoso e multicolorido fim de tarde londrinense — ao som da Ave Maria de Gounod.

A propaganda já estava na alma de Londrina desde os panfletos e cartazes da Companhia de Terras Norte do Paraná; ela foi a bússola que magnetizou milhares de pioneiros como o pai de Valduir Pagani. Na medida em que a cidade crescia, os comerciantes pioneiros sentiam a imperiosa necessidade da comunicação. Gráficas de fundo de quintal rodavam folhetinhos em formato 15x5, distribuídos entre os recém-chegados de trem

ou de ônibus, anunciando hospedarias de ambiente “estritamente familiar”, como a Pensão Alto Paraná, imortalizada nos livros de Domingos Pellegrini.

Os ingleses queriam tornar o Norte do Paraná um cinturão algodoeiro, mas veio o café — e com ele um desenvolvimento que superou amplamente as mais otimistas previsões. Pedrinho lembra que em meados dos anos 60 o aeroporto de Londrina chegou a ser o terceiro mais movimentado do Brasil, perdendo apenas para São Paulo e Rio. Entregador de jornais na época, Pedrinho viu com os próprios olhos mais de 80 aeronaves de táxi aéreo Beechcraft Bonanza baseadas em Londrina.

No entanto, as primeiras experiências de Londrina com agências de propaganda não foram das mais promissoras. Aproveitando a grande quantidade de dinheiro em circulação, oportunistas e picaretas prometiam mundos e fundos para a empresas da cidade — e muitas vezes sumiam no mundo com os fundos. “Muitas das agências que surgiram nos anos 60 eram perfeitas arapucas”, relembra Valduir.

O controverso e inteligentíssimo Wilson Silva — combinação de jornalista, piloto de avião, apresentador de televisão, locutor de rádio, escritor e cronista social — juntou-se a Guilherme Müller, dono de uma funerária local, e chegou a abrir um estúdio de criação publicitária nos anos 50. Digamos que teve mais sucesso com sua coluna “Atrás do Toco”, publicada na Folha de Londrina.



Na memória de Pedrinho Scucuglia, o marco zero da moderna propaganda em Londrina foi a criação da agência multifuncional Planorte, no finalzinho dos anos 60. Para entendermos como

era a Planorte, é necessário antes conhecer um personagem importante da vida pública paranaense: José Richa. Filho de imigrantes libaneses nascido em 1934, em São Fidélis (RJ), Richa formou-se em Odontologia pela Universidade Federal do Paraná.

Em 1962, com apenas 28 anos, elegeu-se deputado federal Partido Democrata Cristão (PDC), filiando-se ao MDB depois do golpe militar de 1964. Em 1970, morando em Londrina, depois de dois mandatos sucessivos na Câmara dos Deputados, candidatou-se ao Senado Federal. Teve uma boa votação para a época (mais de 500 mil votos), mas ficou em terceiro lugar, tendo sido derrotado pelos candidatos da Arena, partido de apoio ao regime.

Após a derrota nas urnas, José Richa estava entristecido, quando alguém tocou a campainha de sua casa em Londrina. Sua esposa Arlete veio avisá-lo:

— Tem um casal de jovens querendo falar com você.

Richa estranhou. Quem o procuraria naquele momento? Foi até a porta e reconheceu o casal: o moço era Valduir Pagani, que ele conhecera na Rádio Alvorada e na TV Coroados; a moça era sua noiva, a linda jovem chamada Dirleni, filha de Durval e Mercedes, amigos de Richa. Ele os convidou para entrar.

Enquanto Valduir tomava um gole do cafezinho oferecido por D. Arlete, a xícara pareceu tremer em suas mãos. De repente, ele disse, com aquela voz de locutor que todos na cidade conheciam:

— Desculpe incomodá-lo agora, Dr. Richa. Sei que o senhor deve estar cansado depois da campanha...

— Valduir, não precisa me chamar de senhor. Temos quase a mesma idade...

— Bom, é que... Eu e a Dirleni vamos nos casar agora em janeiro e queríamos convidar você e a Arlete para serem nossos padrinhos.

Richa era um homem emotivo. Seus olhos se encheram de lágrimas diante da visão daquele jovem casal tão bonito. Por um momento, passaram-lhe na mente as imagens dos últimos meses de campanha: as viagens, os comícios, as dificuldades, a apuração, a dura notícia da derrota...

— Como vocês me chamam para ser padrinho se eu perdi as eleições e ainda fiquei sem dinheiro?

Os dois jovens sorriram.

— É que nós gostamos muito do senhor.

José Richa enxugou uma lágrima que teimava em sair.



No início dos anos 70, o Brasil viveu um período de euforia no mercado financeiro, com sucessivas altas nas bolsas de valores de São Paulo e Rio. De olho no mercado de capitais, José Richa uniu-se a investidores paulistas para criar a Planorte, uma empresa multifuncional de assessoria, que atuava simultaneamente na venda e compra de ações, no mercado agropecuário e como agência de propaganda.

Para chefiar o departamento de propaganda, Richa convidou o publicitário curitibano Nelson Silva. Mas o volume de trabalho era grande, e Nelson precisava de um braço direito para cuidar das contas. Foi nessa hora que Richa se lembrou daquele jovem que o havia convidado para padrinho de casamento.

Valduir e Dirleni casaram-se em 9 de janeiro de 1971. Poucos

dias depois do casamento, Valduir deixou a Rádio Alvorada, onde atuara com grande sucesso por cinco anos, e adentrou a sede da Planorte, um casarão situado na Avenida Rio de Janeiro, ao lado do Colégio Mãe de Deus — ou seja, no coração de Londrina. Ele fora contratado como gerente executivo de contas publicitárias na Planorte. Embora Valduir tivesse atuado diversas vezes como redator de propagandas na Alvorada e na Coroados — tendo participado dos lendários, e por vezes engraçados, anúncios ao vivo na televisão —, a Planorte marca o seu ingresso oficial no mundo da publicidade.

Valduir era uma bem dosada mistura de porta-voz, locutor, redator, contato comercial e administrador da agência. Oficialmente, era o número 2 da agência, mas gozava da confiança absoluta de Richa. Sempre que era necessário tomar alguma decisão importante, o dono da agência pedia a opinião de Valduir. Com grande humildade — e isso quem diz é uma testemunha ocular —, Valduir sempre avalizava as decisões de Nelson Silva. Jamais se aproveitou da proximidade e confiança do dono da agência para solapar a autoridade do seu superior na hierarquia da empresa.

“Sempre que o Nelson apresentava alguma proposta ao Richa — por exemplo, um investimento na prospecção de um cliente —, o Richa pedia um tempo para pensar e consultava o Valduir”, conta Scucuglia, que por sugestão de Valduir fora contratado como redator da agência. “E o Valduir ficava numa corda bamba, imagine só. Era o número 2 da agência, subalterno do Nelson, mas o chefe de todos nós o consultava sobre as solicitações do número 1. Tremenda saia justa. E sempre, com dignidade, o Valduir endossava os pedidos do Nelson, concordasse integralmente ou parcialmente. Pelo que me consta, o Nelson

jamais soube disso. Pagani jamais se aproveitou dessa amizade com o Zé Richa para minar a autoridade do chefe imediato. Disso eu sou testemunha.”



A euforia do mercado de ações não durou muito tempo. Já em 1971, as bolsas de valores começavam a mostrar sinais amarelos para os investidores. Em consequência, a Planorte passou a atuar, sobretudo, como uma agência de propaganda, deixando as outras funções em segundo plano. Os principais membros da equipe eram, além de Valduir e Nelson, os redatores Roberto Palhano e Pedro Scucuglia, o layoutman Danis Pikina e o arte-finalista Osny Matanó. Essa turma produzia campanhas publicitárias com alto grau de excelência, conquistando a confiança de grandes anunciantes locais, como a Viação Garcia, a Transparaná e outras empresas. Era algo que a cidade poucas vezes tinha visto: publicidade com profissionalismo e credibilidade. Londrina agora tinha um norte em propaganda.

Como José Richa era sobretudo um homem político, começaram a surgir boatos de que ele fecharia a Planorte para se candidatar a prefeito de Londrina nas eleições de 1972. Nessa época, Pedrinho Scucuglia e todos os outros funcionários da agência, com as exceções de Valduir e Nelson, decidiram fazer uma debandada geral. Mas não apenas pediram as contas, como levaram as contas dos clientes da Planorte para formar uma nova agência: a Bloco Propaganda.

O “golpe de estado”, porém, não funcionou. Ao tomar conhecimento da saída em bloco, Richa foi até Valduir e lhe garantiu:

— Eu não quero fechar a agência coisa nenhuma. Você me ajuda a reconquistar os clientes?

Valduir, então, fez uma peregrinação e visitou todos os clientes que haviam migrado para a Bloco, crentes de que a Planorte estava fechando as portas. Richa o acompanhou em várias dessas visitas. O resultado foi que 90% dos clientes voltaram para a Planorte, e Valduir recebeu carta branca para formar uma nova equipe. Pedrinho Scucuglia hoje reconhece: “Valduir estava certo e nós estávamos errados. Tanto é que a Bloco durou muito pouco, nem poderia ser diferente. Mas eu sou muito grato ao Valduir por ter me colocado no mundo da propaganda. Somos grandes amigos há mais de 50 anos”.

A Planorte funcionou como agência por mais dois anos, tendo Vicente Januzzi como gerente-geral e Valduir Paganí como seu braço direito. Mas a mosca azul da política mordeu novamente José Richa, que se tornou prefeito de Londrina vencendo as eleições municipais de 1972 (dez anos depois, seria eleito governador do Paraná). Richa assumiu o cargo em fevereiro de 1973; em julho daquele ano, Richa comunicou a Valduir que agora, de fato, pretendia encerrar as atividades da Planorte.



Valduir convocou uma reunião urgente com os funcionários da Planorte; tinha um comunicado muito sério a fazer. Diante da equipe, ele disse, com a voz grave de locutor que todos conheciam:

— Tenho uma notícia boa e uma ruim para vocês.

— Comece pela ruim, Valduir — disse o cabeludo que trabalhava como redator da agência.

— Certo. Hoje o prefeito me chamou para conversar. Vocês devem imaginar como é grande o desafio que ele tem agora: administrar uma cidade do porte de Londrina. Vocês também estão cientes da crise do mercado financeiro. Pois então. O Dr. Richa decidiu fechar a agência.

Uma expressão de desalento passou por todos os rostos. Fechar as portas justamente agora, quando a Planorte havia se tornado uma referência de propaganda em todo a região? Era realmente um banho de água gelada no entusiasmo daqueles jovens. Valduir prosseguiu:

— Vocês não vão ficar desamparados. Todos as rescisões vão ser pagas imediatamente, e Richa fez questão de acrescentar um bônus, em agradecimento pelo bom trabalho que vocês fizeram. Com o bônus e o dinheiro da rescisão, vocês poderão se manter por dois ou três meses.

Quando alguns já se levantavam, Valduir fez um gesto pedindo que esperassem.

— Agora tem a notícia boa. Pelo menos eu acho que pode ser boa.

— O Médici renunciou? — disse o cabeludo, provocando gargalhadas gerais.

— Não, não é isso — disse Valduir, colocando paternalmente a mão no ombro do redator. (Naquele momento, lembrou-se do dia em que quase foi preso por fazer piada com militares.)

— Meus amigos, com a Planorte nós conquistamos algo inédito na propaganda em Londrina: respeito. Queria fazer uma proposta: vocês topam continuar com o trabalho da agência? Eu

pessoalmente assumo o salário de toda a equipe por dois meses. Já temos os clientes, conhecemos o mercado, temos a credibilidade e a reputação de profissionalismo. Quem vem comigo?

Naquele momento, os rostos se iluminaram. Até o redator cabeludo, militante comunista e poeta rebelde, abriu-se em um sorriso. Seu nome era Domingos Pellegrini.



Seu Durval, sogro de Valduir, tinha uma pequena loja no Centro Comercial de Londrina, imponente conjunto de edifícios localizado no coração de Londrina, uma das obras mais conhecidas da lendária Construtora Veronesi. Na loja, Durval mantinha uma imobiliária e também era o encarregado de cobrar mensalidades dos compradores da Enciclopédia Barsa na região. Havia ali um mezanino de vinte metros quadrados, onde cabiam três mesas. Foi ali que Valduir reuniu o pequeno grupo de remanescentes da Planorte, decididos a criar uma nova agência.

A primeira tarefa era dar um nome para a agência.

Osny Matanó sugeriu:

— Job.

Toninho Kazuo, talentoso ilustrador, arriscou:

— Layout.

O artefinalista José Luiz Sassala tentou:

— Target!

Valduir coçou a cabeça e disse:

— Não, meus amigos. Já usamos muitos termos em inglês na publicidade. Eu queria algo que fale ao coração do homem comum.

Pellegrini, até então calado e pensativo, ergueu a voz:

*As armas e os barões assinalados,
Que da ocidental praia Lusitana,
Por mares nunca de antes navegados,
Passaram ainda além da Taprobana,
Em perigos e guerras esforçados,
Mais do que prometia a força humana,
E entre gente remota edificaram
Novo Reino, que tanto sublimaram;

E também as memórias gloriosas
Daqueles Reis, que foram dilatando
A Fé, o Império, e as terras viciosas
De África e de Ásia andaram devastando;
E aqueles, que por obras valerosas
Se vão da lei da morte libertando;
**Cantando espalharei por toda parte,
Se a tanto me ajudar o engenho e arte.***

E assim, com a pena de Camões, foi batizada a Engenho Propaganda.

CAPÍTULO 5

O *ESPÍRITO* DA ENGENHO



Engenho vem do latim *ingenium*, tendo por significado original “qualidades inatas”. Liga-se à raiz indo-europeia *gen*, da qual também derivam termos como gente, inteligência, gênio, generosidade, genitor e gênese. Camões evocou “engenho e arte” logo nos primeiros versos de sua obra-prima. A palavra ganha destaque em obras importantes da cultura nacional, como o romance “Menino de Engenho”, do escritor paraibano José Lins do Rêgo, e o magistral ensaio “Casa Grande & Senzala”, do sociólogo pernambucano Gilberto Freyre. Além de estar associado às ideias de criatividade e solidez, o nome Engenho é um poderoso símbolo da nacionalidade brasileira e possui igualmente um vínculo forte com a história do Norte do Paraná. Londrina, como demonstraria Domingos Pellegrini em seus livros, é fruto do engenho humano.

A Engenho Propaganda nasceu oficialmente numa segunda-feira, 13 de agosto de 1973. “Alguns dizem que é dia de azar, mas para mim nunca foi”, diz Valduir. Ele se lembra com detalhes

daquele primeiro dia. No pequeno espaço da sobreloja no Centro Comercial, havia três mesas e duas pranchetas: as mesas eram ocupadas por Valduir, o redator Pellegrini e a secretária Sônia; as pranchetas pertenciam a José Luiz Sassala e a Toninho Kazuo. “Sentei-me na minha poltrona, alvará na parede, telefone funcionando, secretária trabalhando, todos em seus lugares — começamos!”, recorda Valduir Pagani, o senhor da Engenho.

Valduir fazia os atendimentos; Domingos fazia os textos; Sassala e Kazuo faziam as artes; Sônia, além de secretária, era auxiliar de mídia; e o office-boy Aparecido Bartolo não parava um minuto, levando e trazendo os trabalhos da nova agência.

Entre os primeiros clientes fiéis da Engenho, havia três empresas que tiveram grande destaque em Londrina e no Paraná: a Jabur Pneus, Herbitécnica Defensivos Agrícolas e a Transparaná. “Esses três clientes impulsionaram a Engenho nos anos 70 e 80”, conta Valduir. A Jabur chegou a ter mais de 80 lojas nos estados do Paraná, São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Durante algum tempo, a rede de pneus patrocinou todos os noticiários regionais das emissoras da Globo no Paraná. “Eu me lembro que só esse patrocínio da Jabur custava 250 mil dólares por mês, o que era uma enormidade para os padrões da época. Fazíamos os contratos em dólares porque havia inflação.”

Além dos três grandes parceiros dos primeiros tempos, a Engenho conquistaria a confiança entre as revendedoras de automóveis da região, como a Rotec (Chevrolet), Maracaju Veículos (Ford), Norpave (Volkswagen) e Marajó (Fiat). A agência produzia materiais e campanhas para firmas concorrentes de maneira simultânea, e com alto índice de satisfação. O mesmo acontecia no setor de implementos agrícolas, com as empresas Jacto e

Jamil, do interior de São Paulo.

Produzir um bom anúncio publicitário nunca foi fácil, mas naquela época era uma verdadeira odisséia. Não havia computador, não havia e-mail, não havia internet. Tomemos como exemplo um anúncio da Transparaná para a edição de domingo da Folha de Londrina. O trabalho começava na segunda-feira, quando Valduir conversava com o cliente e recebia a solicitação do anúncio de uma nova máquina agrícola. Em seguida, Valduir ia até a mesa de Pellegrini, explicando o que o cliente queria. O redator se levanta, desce as escadas da sobreloja, vai até a Sorveteria Roma, pede uma casquinha de chocolate e volta para sua mesa. Nesse pequeno intervalo para refrescar as ideias, Pellegrini começa a pensar em uma frase para o anúncio e tamborila das teclas da sua Olivetti Lettera. Passados alguns minutos, ele tira a folha da máquina, vai até a mesa de Valduir e lhe mostra o texto. Valduir pega o telefone e lê o texto para o gerente da Transparaná. O cliente fica satisfeito. Enquanto isso, José Luiz Sassala, debruçado em sua prancheta, desenha o título, faz a referência ilustrativa do anúncio (no caso, o espaço para uma foto da máquina agrícola), coloca a marcação do texto e a assinatura com a logomarca da Transparaná.

O desenho é apresentado ao cliente na terça-feira pela manhã. Depois de aprovado o layout do anúncio, é preciso ir atrás do fotógrafo para produzir a imagem da máquina agrícola e arrumar um local adequado para a sessão de fotos. As fotos são feitas e reveladas no estúdio (lembre-se que estamos na era das fotos em filme). O “copião” das fotos é entregue à agência na quarta-feira. Valduir e o artefinalista escolhem a melhor imagem. A foto escolhida volta para o estúdio do fotógrafo, onde será feito o

tratamento da imagem, para que ela tenha a melhor qualidade possível. Na quinta-feira, o fotógrafo entrega a imagem definitiva do anúncio. Em seguida, o auxiliar de arte Ibsen Valdrighi insere a foto no overlay (o papel celofane que recobria o anúncio), com as devidas indicações para o pessoal responsável pelo fotolito no jornal. No sábado à tarde, o office-boy levava o anúncio pronto para a Folha de Londrina. E o anúncio saía com destaque na edição de domingo.

— Hoje, você produz um anúncio igual a esse em duas horas. Mas eu tenho saudade daquele tempo. Era tudo mais romântico, mais artesanal, mais gostoso. Eu dormia e acordava pensando nos anúncios...



Conforme a Engenho foi ampliando a sua carteira de clientes, uma qualidade da agência saltava aos olhos: ali não importava o tamanho do cliente, a dedicação da equipe era sempre a mesma. “É claro que grandes contas exigiam atenção e profissionalismo, mas eu também gostava de trabalhar com clientes menores que nos davam liberdade total de criação”, diz Valduir.

Um caso que se tornou emblemático, no final dos anos 80, foi o da revendedora de peças Gevasco. Era uma empresa bastante conhecida em Londrina, mas precisava de um impulso. A ideia central que precisava ser transmitida ao público era a de agilidade no atendimento. A campanha tinha de mostrar a Gevasco como uma empresa que resolve rapidamente os problemas das pessoas. “Queríamos demonstrar que com a Gevasco você não precisava ficar esperando duas semanas uma peça vir de São Paulo, ela entregava na hora.”

Foi aí que entraram o engenho e a arte da equipe de criação. Valduir chegou à conclusão de que era necessário criar um personagem que se identificasse com a Gevasco. Depois de muita discussão, escolheram um nome para o garoto-propaganda da Gevasco: *Ligeirinho*.

O desafio agora era encontrar o ator que se encaixasse no personagem. Foram feitos vários testes com atores de Londrina e de São Paulo, mas nenhum deles convenceu a equipe. Surpreendentemente, a solução estava dentro da própria agência: o office-boy Cícero Valentin. O rapaz era uma figura: vivia brincando com todo mundo na agência e tocava violão e gaita ao mesmo tempo, ao estilo Bob Dylan.

Um dia, o redator Bico propôs a Valduir:

— E se a gente chamasse o Cícero para fazer o Ligeirinho?

Dias depois, a equipe da Engenho estava em campo para filmar o primeiro comercial do Ligeirinho da Gevasco. A primeira imagem é da Kombi do Ligeirinho F.C. quebrada numa estrada de terra. O time todo e o técnico — interpretado por Sebastião Felismino, antigo colega de Valduir nos palcos — estão desesperados, porque vão perder por W.O. a final do campeonato. De repente, um dos jogadores — o Ligeirinho, é claro — sai em disparada pela estrada, feito o papa-léguas, e volta com a peça da Kombi. Graças a ele, o time chega bem na hora para entrar em campo. E o comercial termina com o slogan que marcou época:

Ainda bem que tem Gevasco!

O segundo filme do Ligeirinho é uma continuação dessa história. Final do campeonato, 44 minutos do 2º tempo. Ligeirinho cobra

o escanteio, sai correndo para a área e cabeceia para fazer o gol da vitória.

Agora, imagine-se a dificuldade que era filmar esse tipo de cena no tempo em que não existia computação gráfica! O competente Cobrinha, diretor de imagens, fez jus ao apelido e operou um verdadeiro milagre. Valduir conta: “Todos os jogadores tiveram que ficar parados no mesmo lugar para a primeira tomada. Depois filmamos o Ligeirinho correndo e fizemos a fusão das imagens”.

Apesar dos recursos técnicos limitados — e de um orçamento que não era grande —, o resultado foi bom e a campanha fez muito sucesso. As aventuras do Ligeirinho encantariam e divertiriam o público norte-paranaense por mais de dez anos.

Na TV, Cícero Valentin e Sebastião Felismino atuavam juntos, nos papéis de Ligeirinho e do gerente da Gevasco. O gerente gostava de desafiar o funcionário com pedidos sempre mais difíceis, mas a agilidade do rapaz sempre acabava prevalecendo. Ligeirinho desce como um anjo para ajudar uma noiva cujo carro quebrou a caminho da igreja. Ligeirinho arranja peça para carro, caminhão, trator... e até para a espaçonave do ET (ele mesmo, do filme de Steven Spielberg). Ligeirinho aparece como Super-Homem para ajudar o impagável Rolando Lero (personagem do ator Rogério Cardoso, especialmente convidado pela Engenho). Ao receber a peça salvadora, Rolando solta o bordão que tanto irritava o Professor Raimundo:

— *Eu sabiiia!*

Mas, diferentemente do Rolando Lero, que sempre levava zero, o comercial ficou nota dez.

Até hoje Valduir considera o Ligeirinho da Gevasco como a campanha mais memorável e popular da Engenho. “Tenho muito orgulho dessa campanha: com uma verba pequena, fizemos um trabalho de grande sucesso. E nós sempre fomos assim. Não importa o tamanho do cliente, nosso entusiasmo é sempre total. Criar o anúncio, elaborar o planejamento, desenvolver o projeto, fazer o plano de mídia, decidir com o cliente as melhores condições negociais... Tudo é feito com transparência e dedicação. Esse é o espírito da Engenho”.



CAPÍTULO 6

OS *ENGENAUTAS*

Valduir Pagani e Domingos Pellegrini saíram de viagem para apresentar a nova campanha do Banco Financial em Campo Grande. A distância entre Londrina e a capital de Mato Grosso do Sul é de 594 quilômetros. Valduir dirigia o Dodge Dart como conduzia a agência: com segurança, sem pisar muito fundo no acelerador — afinal, como dizia a propaganda de uma rede de pneus da época, “o importante é chegar bem”.

Ao atravessar o Rio Paraná de barca, na altura de Guaíra, Valduir percebeu que havia algo de estranho com seu redator. Em geral muito falante e expansivo, o redator permanecera caladão durante quase todo o caminho.

— Você está bem, Dinho? Algum problema?

Valduir fazia parte do reduzido grupo de pessoas a quem Pellegrini permitia tratá-lo pelo apelido. Da mesma forma que só os íntimos estavam autorizados a chamar Ernest Hemingway

de Papá, apenas os amigos do coração podiam utilizar o apelido para se referir ao autor de “O Homem Vermelho”.

— Tudo bem, Valduir. Tudo bem.

Mas o fato é que Domingos estava diferente. Talvez fosse algum problema amoroso, ou quem sabe um novo conto em gestação. Olhando para as águas do Paranazão, Domingos girava e girava uma caneta entre os dedos. Valduir conhecia aquele tique do escritor: era sinal de que ele estava em processo de criação.

Durante vários dias, a equipe da Engenho estivera trabalhando numa campanha do Banco Financeiro — um dos clientes mais importantes da agência. O banco da tradicional família Coelho, com forte presença em seu estado de origem, agora planejava uma expansão para o interior de São Paulo e outras regiões do país. Mas, para conquistar esses novos espaços, era importante manter o vínculo com as próprias origens — a terra, a agricultura, a pecuária. A campanha desenvolvida pela Engenho tinha como eixo central trabalhar simultaneamente as ideias de crescimento dos negócios e fidelidade às raízes.

Ao final da travessia do Paraná, antes de Valduir dar a partida no Dodge Dart e pegar novamente a estrada, Pellegrini lançou um olhar sobre a correnteza do grande rio — era uma tarde luminosa —, cofiou a barba, fez a caneta dançar entre os dedos da mão direita e disse:

— Sabe quem somos nós, Valduir? Os engenheiros. E você é o capitão desse navio.

Valduir ficou surpreso. Embora já tivesse deixado o PCdoB, Domingos tinha fama de militante esquerdista. Qual a razão

daquele comentário aparentemente oposto à lógica da luta de classes?

Dirigindo pelas rodovias do Pantanal, Valduir pensava no curioso neologismo inventando por Pellegrini. “Engenautas... Esse Dinho tem cada uma. Mas até que ficou bacana.”

Após sete horas de viagem, chegaram à sede do Financial, no centro da capital sul-matogrossense. Eram duas da tarde, um sol de rachar coquinho. Valduir e Domingos subiram as escadarias do banco e levavam as pastas com o material da campanha. Nem precisaram esperar; assim que a secretária os anunciou, foram chamados pelo diretor.

Como sempre, Valduir estava confiante no trabalho da equipe. As artes e os textos seguiam meticulosamente o briefing da diretoria do banco, compondo uma campanha ao mesmo tempo conservadora e avançada. Não tinha erro.

Valduir abriu as pastas sobre a imensa mesa de reuniões e revelou as diversas peças da campanha. Após alguns instantes de silêncio, ajeitou os óculos, olhou para o cliente e fez a pergunta:

— Então, gostou da campanha?

Houve um segundo de hesitação, e o diretor respondeu, sem grande entusiasmo, mas com segurança:

— Gostei, sim. Está muito boa.

Então aconteceu algo absolutamente inesperado. Domingos, que observava toda a cena, sem dizer uma palavra estendeu os braços, recolheu de uma vez só todas as peças da campanha, colocou-as de novo na pasta e sentenciou:

— Eu não gostei da campanha. Podemos fazer muito melhor.

Pela primeira e única vez em toda sua longa carreira, Valduir viu uma campanha publicitária ser rejeitada não pelo cliente, mas por um dos seus criadores.



Domingos Pellegrini tornou-se um engenauta antes mesmo que a Engenho Propaganda existisse. Em 1971, ele era repórter especial da Folha de Londrina. Diante de sua Olivetti, fazia a caneta dançar entre os dedos da mão direita, quando notou a aproximação de alguém.

Com muita discrição, o homem se inclinou diante da escrivadinha do repórter:

— Como vai, Pellegrini?

Domingos levantou os olhos da máquina e viu ao seu lado um jovem senhor sorridente. O visitante lançou o olhar sobre a lauda em branco na máquina de escrever e disse:

— Eu sei que você é uma pessoa muito ocupada. Tenho lido suas reportagens, sempre muito boas.

— Grato. Mas por que me procurou?

— Estou trabalhando com o José Richa, que abriu uma agência de propaganda chamada Planorte. Precisamos de um redator, e acho que você tem o perfil ideal.

Domingos fechou a cara. Sentia-se até ofendido com a proposta: um repórter especial virar redator de anúncios, onde é que já se viu?

— Mas eu não entendo nada de propaganda! — respondeu Domingos, em tom irritado.

— Isso não tem importância. Pelas suas reportagens, eu sei que você é criativo. E eu preciso é de gente criativa.

Com um sorriso imperturbável, Valduir estendeu-lhe um cartão e despediu-se.

— Bom trabalho, amigo. Se mudar de ideia, me procure.



Dias depois, Valduir recebeu a visita de Domingos Pellegrini na sede da Planorte, que ficava a uma quadra e meia da Folha de Londrina.

— Quero ver como é essa história de propaganda.

Nascia ali uma colaboração que duraria duas décadas, e uma amizade que durou a vida inteira. Com o fechamento da Planorte, em 1973, Domingos estava entre os profissionais que acompanharam Valduir nos primeiros tempos da Engenho — por sinal, como já vimos, foi ele quem deu o nome à agência.

“Aprendi a fazer propaganda fazendo”, conta Pellegrini. Mas esse aprendizado só foi possível porque havia um timoneiro chamado Valduir à frente da barca da Engenho. Para o primeiro redator da agência, Valduir reúne as qualidades de um bom navegador: “É um dirigente nato: além de traçar o rumo e ser competente no leme, bota ordem em cada viagem que é a campanha, o anúncio”.

Desde o início, Domingos percebeu que o esteio da Engenho era a qualidade — técnica, artística e ética. Ele se lembra, por exemplo, do anúncio produzido para uma agroindústria, nos primórdios

da agência. O objetivo da peça publicitária era vender centenas de toneladas de resíduos de rami, acumulados durante anos, para adubação orgânica. O anúncio ficou tão bom que só foi preciso publicá-lo uma vez, e o estoque acabou sendo vendido em dois dias. Ocorre que a Engenho havia programado a veiculação do anúncio por vários dias. O cliente então perguntou o que deveria ser feito. Valduir apenas disse:

— Bom, agora é cancelar os anúncios e festejar.

— Mas quanto nós ficamos devendo à agência? — indagou o gerente.

— Nada. A criação do anúncio já foi paga e a comissão sobre a veiculação vai ser paga pelo jornal.

— Só isso?

— Só isso. Mas, se quiser, você pode recomendar a Engenho a outras empresas.

Era surpreendente, para o então militante político de esquerda, ver todas as suas visões depreciativas sobre a figura do “patrão” sendo demolidas pelo cavalheirismo e a integridade de Valduir. O dono da Engenho não era um explorador burguês, muito menos um capitalista malvado: era um amigo e um líder com quem todos podiam contar. A propósito, quando soube que este livro se intitularia “O Senhor da Engenho”, Domingos observou:

“Quem trabalhou na Engenho sabe que Valduir nunca foi senhor, no que esta palavra lembra de superioridade ou domínio. Nunca vi Valduir se colocar acima de alguém ou se apresentar como dono, seja da agência ou de uma ideia, mas sempre coordenando, contribuindo, conciliando, estimulando, avaliando, propondo,

reavaliando, um senhor companheiro de trabalho num engenho de ideias, ou como dizem os clientes, o Valduir da Engenho. Mas, feita a ressalva, diga-se que ‘O Senhor da Engenho’ é um ótimo título, a expressar respeito e bom humor, as duas faces de Valduir”.



Em 1979, a Engenho se mudou para a sede à beira do Lago Igapó, onde permaneceria por vários anos. Pelas janelas, a paisagem de cartão postal parecia convidar para um clima de descontração no trabalho. A equipe da Engenho fazia arte em dois sentidos: o profissional e o galhofeiro.

Pellegrini conta que a redação ficava em sala anexa ao departamento de arte, sempre com a porta aberta. Ali, ele presenciava as inúmeras brincadeiras entre os colegas. Os engenautas eram muito criativos nas molecagens: ovos crus no lugar de cozidos, documentos que sumiam e apareciam em outros lugares, piadas e trocadilhos. Certo dia, depois do expediente, Pellegrini foi dar a partida no seu carro, mas não saía do lugar. Descobriu que os colegas haviam suspenso o eixo traseiro do carro sobre duas pilhas de tijolos, fazendo as rodas girarem no vazio. O escritor percebeu que os colegas acompanhavam a cena pela janela, rindo a valer. Em seguida, os mesmos que fizeram a brincadeira se ofereceram para retirar os tijolos. “Até nas brincadeiras o pessoal da Engenho trabalhava em equipe.”

Numa viagem a Campo Grande, para atendimento do Banco Financial, Domingos perguntou ao chefe:

— Valduir, será que tanta tolerância com as brincadeiras não pode estimular a falta de respeito?

— Domingos, a Engenho é como um time de futebol. O técnico fecha os olhos para muita coisa, o importante é o que os jogadores fazem em campo. E nós temos tido muitas vitórias.

O respeito a Valduir não se limitava aos engenautas. Nas visitas a clientes, Domingos percebia que o diretor da agência era bem recebido por todos, do porteiro ao presidente. “Não era só o publicitário chegando, era *o Valduir*”. Dificilmente Valduir era visto de mau humor; na verdade, quase nunca. Um dia, Domingos descobriu por quê. Valduir lhe confidenciou:

— Eu também tenho meus dias ruins, quando nada parece dar certo. Sabe o que eu faço, então? Tiro um dia de folga, porque é melhor não fazer nada do que trabalhar zangado e atrapalhar os outros.

Nos tempos da sede na Avenida JK, havia um bar-mercearia perto da Engenho. Um dia, no meio da tarde, o diretor de arte César Marquesini convidou os colegas para tomar champanhe por conta dele. Domingos e outros engenautas da equipe de arte aceitaram o convite. Tempos depois, o braço direito de Valduir, Enio Turques, apareceu no bar e disse que Valduir estava chamando a equipe. Marquesini colocou a rolha de champanhe nas mãos de Enio e disse em tom brincalhão:

— Leva essa rolha para o Valduir e diz que ele pode enfiar onde quiser...

Enio voltou minutos depois com um aviso:

— O Valduir está dizendo que quem não voltar agora vai ser demitido.

Meia hora depois, os engenautas voltaram e Valduir, como se nada

tivesse acontecido, falou sobre uma nova campanha da agência. No dia seguinte, porém, todos os funcionários receberam um aviso prévio de demissão. Por alguns dias, coisa inédita, o clima triste imperou na Engenho. Até que Valduir disse que era tudo brincadeira.

— Ué, vocês não gostam de brincadeiras?

Imediatamente, César puxou um “Viva Valduir!”, mas foi interrompido pelo chefe:

— Eu não gosto de bajulação.

Na sede do Lago Igapó, o escritório de Valduir ficava no primeiro pavimento e o departamento de arte, no piso superior. Raramente Valduir subia até lá; em geral era Enio quem levava e trazia os *jobs*. Certa ocasião, os engenautas inventaram de colocar um copo de plástico cheio de água no alto da porta entreaberta, de modo que a água caísse sobre Enio quando ele entrasse na sala.

Funcionou direitinho. O problema é que, naquele dia, não foi o Enio que entrou na sala — mas o Valduir.

Silêncio total. Valduir pediu uma toalha ao Cícero, que a buscou ligeirinho. Valduir enxugava os óculos na camisa. A toalha chegou, Valduir enxugou a cabeça, pegou o copo do chão, jogou-o na cesta de lixo e disse que iria apresentar um novo serviço, mas deixaria para uma hora “menos molhada”.

Em procissão, todos os engenautas foram pedir desculpas a Valduir — até o Enio, que seria o alvo da brincadeira! Valduir sorriu e disse, passando a mão na calva:

— Tudo bem, eu aproveitei pra pentear os cabelos...



A História sempre cultuou os grandes heróis, os formidáveis guerreiros, os gloriosos estadistas — mas ela também é feita de pessoas comuns, trabalhadores, personalidades menos arrebatadoras, mas igualmente imprescindíveis. Em suas obras literárias, Domingos Pellegrini sempre destacou esses dois personagens essenciais da História: o líder visionário e o homem comum. De certa maneira, pode-se dizer que Valduir Pagani possui algo de ambos. Diz o escritor: “Valduir é tipicamente um desses heróis da verdadeira e autêntica História, que é cotidiana, feita de colaboração e dedicação, como são feitas as famílias, dando sentido a nossas vidas”.

Por um desses acasos que de acaso não têm nada, Domingos Pellegrini escreveu parte de suas obras mais famosas na Engenho Propaganda. Sempre muito eficiente no trabalho de redator publicitário, Dinho aproveitava o tempo restante para escrever, na Olivetti da agência, obras como “Terra Vermelha” e “A Árvore que Dava Dinheiro”. A primeira, romance épico que narra a colonização de Londrina, teve seus primeiros capítulos escritos na Engenho. A segunda, novela juvenil que se tornou um best-seller ao explicar imaginativamente o fenômeno da inflação, foi inteiramente concebida na agência. Um de seus contos mais importantes, “O Encalhe dos 300”, também foi escrito na Olivetti do Valduir.

Podemos então dizer, sem medo de errar, que os engenautas escreveram a história do Norte do Paraná — na publicidade e na literatura.

CAPÍTULO 7

ÀS MARGENS DO IGAPÓ

*“Nem no Céu nem na Terra há nada
mais doce que o amor. Nada mais forte,
nada superior, nada mais extenso, nada
mais agradável, nada mais perfeito ou
melhor, porque o amor nasce de Deus e pode
encontrar descanso apenas em Deus.”*

(Federico Ozanam)



Toda cidade tem seus símbolos: instituições, marcas, empresas e personalidades que configuram a identidade de um povo. Não há como pensar em Paris sem a Torre Eiffel, em Nova York sem a Estátua da Liberdade, em Londres sem o Big Ben. Da mesma forma, fica difícil pensar em Londrina sem o Lago Igapó, considerado o cartão postal da Terra Vermelha.

O Lago Igapó foi inaugurado em 10 de dezembro de 1959, durante a gestão do prefeito Antônio Fernandes Sobrinho, quando o município completava 25 anos de emancipação – o jubileu de prata. Desde aquele dia, Londrina passou a se identificar com o seu lago, como se o Igapó fosse um espelho mágico da cidade, refletindo a história, a realidade, os sonhos e os anseios dos pés-vermelhos.

No final dos anos 70, o radialista João Baptista Faria, conhecido como J. B. Faria, procurava uma nova sede para a Rádio Paiquerê, cujo controle assumira em 1971, juntamente com seu sócio,

Ricardo Spinosa. Certo dia, ele recebeu um telefonema do seu amigo Valduir Pagani, proprietário da Engenho Propaganda.

Com sua inconfundível voz de locutor, Valduir disse:

— J. B., eu comprei recentemente um lote às margens do Lago Igapó 2, um terreno que pertencia ao antigo curtume do Nilo Dequêch.

— E você pretende construir alguma coisa lá?

— Olha, hoje eu não tenho dinheiro para construir. Mas, com a rádio, vocês têm possibilidade de fazer permutas. Que tal se construíssemos uma sede conjunta da Paiquerê e da Engenho naquele terreno?

Valduir propôs que se definisse o valor de metade do terreno. Os sócios da Paiquerê iriam pagando esse valor com material para construção e mão de obra. Quando se completasse o valor, Valduir passaria a custear a construção do prédio juntamente com J. B. e Ricardo.

J. B. gostou do plano, consultou o sócio e o acordo foi selado. Assim, de 1979 até 2001, as duas empresas dividiram a mesma casa e assim, unidas, ajudaram a escrever a história da comunicação em Londrina. A sede situada na Avenida Higienópolis foi, portanto, uma confluência de símbolos londrinenses: a mais tradicional rádio, a mais tradicional agência de propaganda, ao lado do mais tradicional ponto turístico, na mais tradicional avenida (criada em 1932 pelo pioneiro russo Victor Eugênio Larionoff), no terreno que pertenceu a uma das mais tradicionais empresas da cidade (o curtume da família Dequêch, fundado no início dos anos 30).

Terceira emissora radiofônica a operar em Londrina, a Paiquerê

completou 65 anos de atividade ininterrupta em janeiro de 2022. Em 1971, a rádio foi comprada por três profissionais de comunicação: J. B. Faria, Ricardo Spinosa e João Correia Filho. Ao longo dos anos, a Paiquerê foi conquistando a liderança na audiência local, com base na programação jornalística, na cobertura esportiva e nos programas de variedades.

Grandes nomes passaram ou ainda estão nos microfones da Paiquerê: José Makiolke, Jota Mateus, Fiori Luiz, José Manoel de Barros, Darci Machado, Flávio Campos, Carlos Camargo, Jair “Tatinha” Prata, Edson Ferreira, Lino Ramos... A lista é imensa. Isso sem falar na conhecidíssima voz de J. B. Faria, sinônimo de credibilidade no jornalismo londrinense.



Valduir Pagani e J. B. Faria se encontraram pela primeira vez em julho de 1964, quando J. B. ocupava a gerência da Rádio Clube. A empatia entre os dois foi imediata. Desde o início, J. B. percebeu que aquele jovem locutor compartilhava com ele a mesma formação familiar baseada nos valores cristãos e na ética do trabalho. Essa amizade se estreitou ainda mais no ano seguinte, quando Valduir e J. B. entraram juntos na mesma turma da Faculdade de Direito de Londrina.

Naquela época, Valduir não tinha condições de visitar a família em Apucarana nos finais de semana. Então, frequentemente era convidado para jantar na casa de J. B. aos sábados e domingos. Logo Valduir estabeleceu uma relação muito carinhosa, praticamente filial, com os pais de seu colega de rádio, Antônio Faria Netto e sua esposa Albertina. Ambos tinham grande afeição por aquele jovem simpático e educado.

Valduir ficou conhecendo a história de Seu Toninho, mineiro de São Sebastião do Paraíso, filho de um lavrador e de uma doceira, que durante a infância era o melhor aluno da classe e nas horas vagas vendia os doces de leite, as pamonhas e os pés-de-moleque feitos pela mãe. Católico fervoroso, pertencia desde a juventude à Sociedade São Vicente de Paulo, mundialmente conhecida por suas obras de caridade. O carisma dos vicentinos está em alicerçar-se nos valores da caridade, da humildade e do serviço aos mais pobres, a quem proporcionam a esmola espiritual por meio da esmola material, levando conforto, alegria e esperança aos que se encontram desamparados.

Em 1945, Antônio Faria mudou-se para Londrina, onde montou o escritório de uma companhia de seguros. Ao lado de Dom Geraldo Fernandes, o primeiro arcebispo da cidade, e outros representantes da Sociedade Vicentina, realizou diversas obras de caridade, entre as quais se destaca o Asilo São Vicente de Paulo, fundado em 1958, em funcionamento até hoje. Dom Geraldo costumava chamar Antônio de “o vicentino número 1”, tamanho era o seu empenho no atendimento aos pobres.

Em Londrina, Toninho morou por mais de dez anos em uma casa alugada. Quando finalmente conseguiu construir uma casa própria, montou no quintal um cômodo que servia para armazenar mantimentos para as famílias carentes. Depois, construiu um pavimento na casa para acolher os pobres que o procuravam para fazer refeições. Uma de suas maiores preocupações, ao atender as pessoas, era que ninguém se sentisse humilhado ou desconfortável.

Antônio Faria não deixou herança material para seus três filhos. Todos os recursos que ele tinha por ocasião do seu falecimento,

em 1994, foram doados para a construção de casas para famílias pobres. Por exigência testamentária, foi velado na Catedral de Londrina e teve seu caixão colocado diretamente no chão, em sinal de humildade. Toninho pediu que ninguém enviasse flores ao seu enterro, mas que o dinheiro destinado às guirlandas fosse doado aos velhinhos do Asilo São Vicente de Paulo.

Certa vez, Valduir Pagani disse a um amigo:

— Quando eu morrer e for levado para algum lugar, só vou fazer uma pergunta: “O Seu Antônio Faria está aqui?” Se a resposta for sim, vou ficar feliz. É que estarei no Céu!



Durante mais de vinte anos, a Paiquerê de J. B. Faria e a Engenho de Valduir Pagani tiveram uma convivência perfeita na casa às margens do Igapó. Não apenas o radialista e o publicitário eram amigos íntimos, como surgiu também um vínculo profundo entre suas famílias. Dirleni e Dirce, as esposas, eram como irmãs. Os dois casais fizeram inúmeras viagens juntos, a lugares inesquecíveis como a estância turística de Barra Bonita, no Estado de São Paulo. J. B. recorda, com saudade:

— Eu me lembro especialmente de uma viagem que fizemos quando concluíram a represa em Barra Bonita. Foram momentos maravilhosos, com nossas esposas, nossos filhos pequenos...

Por um período, quando a Rádio Paiquerê FM foi instalada, em 1979, tornando-se a primeira emissora FM de Londrina, Valduir foi um dos proprietários, juntamente com J. B. Faria, Ricardo Spinosa e o médico Oscar Alves, ex-reitor da Universidade Estadual de Londrina. Mas dois anos depois, em 1981, Valduir e

Oscar Alves deixaram a sociedade.

Nos finais de semana, Valduir e J. B. praticavam tênis na AREL (Associação Recreativa e Esportiva de Londrina), também conhecida como Clube Alemão. Valduir tornou-se um tenista bastante competitivo. Nos anos 90, Valduir foi eleito presidente da AREL e organizou o Torneio Centenário de Tênis, em que cada dupla de jogadores deveria somar ao menos 100 anos de idade (por exemplo, um tenista de 80 e um de 20; ou dois de 50). “Foi um sucesso, atraiu gente de todo o país”, lembra J. B.

Enquanto a Engenho se consolidava como a maior agência da cidade, a Paiquerê se fixava como líder no dial dos pés-vermelhos. Londrina não seria a mesma sem os comentários jornalísticos de J. B. Faria e Ricardo Spinosa; sem as narrações futebolísticas de Jota Mateus; e sem a lembrança querida do Programa do Zezão Makiolke. Parecia haver uma sinergia entre a rádio e a agência.

No entanto, com o crescimento simultâneo da Paiquerê e da Engenho, a casa à beira do Igapó começou a ficar pequena. “Estava apertada para a rádio e apertada para a agência”, relembra o radialista. Valduir e J. B. resolveram então chamar o engenheiro Junker Grassioto e lhe perguntaram se seria possível fazer uma ampliação do prédio, com a construção de mais dois pavimentos. Junker, sempre muito direto e leal, disse:

— Meus amigos, eu até poderia construir mais dois pavimentos. Mas seria uma obra caríssima, além da dor de cabeça para vocês.

Valduir propôs então:

— J. B., que tal se você comprar a minha parte do prédio e eu construir uma nova sede da Engenho em outro lugar?

Ali mesmo, os velhos amigos selaram o acordo. Valduir continuou ocupando o prédio da Avenida Higienópolis até a inauguração da nova sede da Engenho, na Avenida Adhemar de Barros, em 2001. Mesmo depois da separação física, a rádio e a agência continuaram profundamente vinculadas — assim como prosseguiu firme a amizade entre J. B. e Valduir, dois ícones da comunicação em Londrina. O radialista é quem resume essa história de quase 60 anos:

— Nossas vidas estão muito ligadas. Somos como irmãos.

Da sala de J. B. Faria na Paiquerê, há uma vista para o Lago Igapó, cartão postal de Londrina. Pode-se ver também a Avenida Higienópolis, que sobe uma colina até o local que era chamado por Dom Albano Cavallin de “A Terra Santa de Londrina”. Nesse lugar, ergue-se a Paróquia São Vicente de Paulo e, bem ao lado, o Asilo fundado pelo sr. Antônio Faria — o homem que Valduir espera encontrar um dia no Céu.



CAPÍTULO 8

OS *AMIGOS* DA COMUNICAÇÃO

*“Onde está a verdadeira amizade, aí está o
mesmo querer e o mesmo não querer, tanto
mais agradável, quanto mais sincero.”*

(S. Tomás de Aquino)

Spartaco Puccia Filho nasceu em São Paulo, no bairro da Mooca, conhecido pela forte presença de imigrantes italianos e seus descendentes. Em 1978, teve seu primeiro contato com o mundo da comunicação, ao conhecer Odone Fortes Martins, dono do jornal Indústria & Comércio. Odone simpatizou com o jovem e o contratou para coordenar a parte de publicações legais — balanços, editais, atas e informativos de empresas e órgãos públicos —, que eram o carro-chefe na sustentação financeira do jornal. Logo, o jovem paulistano se tornou gerente geral do I&C.

Certo dia, Spartaco estava andando no Centro de Curitiba quando encontrou um amigo que trabalhava na Rede Paranaense, afiliada da Rede Globo no Estado. O amigo disse que a emissora estava à procura de gente para trabalhar na TV Coroados, em Londrina. No dia seguinte, em uma conversa incrivelmente rápida, o diretor Plínio Marchini simpatizou tanto com Spartaco que o contratou em menos de dez minutos. Ao final da conversa, Plínio disse:

— Essa foi a entrevista de emprego mais estranha da minha carreira. Nunca contratei ninguém assim...

A TV Coroados havia sido comprada pela Rede Paranaense e estava com dificuldades na área comercial. Foi assim que Spartaco Puccia chegou àquela que seria a cidade da sua vida. Em 1981, ele se mudava — com a esposa Beth e as duas filhas pequenas — para Londrina, tendo por missão de fortalecer e consolidar um modelo de comunicação no mercado local.

Para dar conta do desafio, Spartaco sabia que era necessário procurar aquele que lhe foi apontado como a grande referência no mercado de publicidade em Londrina: Valduir Pagani, o dono da Engenho Propaganda, principal agência da cidade.



Nascido em Birigui (SP), Milson Martinelli mudou-se para Londrina com 15 anos para fazer o curso de classificação de café do IBC. Depois de trabalhar por um tempo numa empresa do setor cafeeiro, interessou-se pela área de comunicação. No final dos anos 70, Milson juntou suas economias para comprar uma impressora offset, a primeira da região. Tinha apenas 17 anos.

Com a máquina offset, Milson montou uma gráfica na Rua Piauí, a Gráficolor. Imprimia cartões, panfletos, pequenos jornais. De vez em quando, um cliente da gráfica pedia a ele para fazer algum anúncio — e ele fazia. Comprou o livro “Criatividade em Propaganda”, de Roberto Menna Barreto, e contratou Toninho Sting e sua esposa Marília, jornalista da Folha de Londrina. Toninho era artefinalista e Marília, redatora. Trabalharam juntos por cinco anos.

Depois de passar um período estudando Marketing em São Paulo, Milson voltou para Londrina, onde assumiu o departamento de marketing da Transparaná, um dos principais clientes da Engenho. Foi nessa altura que ele se tornou amigo de Valduir Pagani.

Juntos, eles fizeram a campanha de 35 anos da Transparaná. Depois que Milson deixou a empresa, os dois atuaram juntos em outras campanhas de empresas importantes do setor agrícola, como a Hoechst. Na Engenho, Milson auxiliou Valduir nas áreas de atendimento e planejamento.



Tão logo conheceu Valduir, Spartaco viu que ele e a Engenho seriam fundamentais no desenvolvimento de um modelo de comunicação para a região de Londrina. Do contato inicial, nasceu uma amizade que já dura mais de 40 anos. Não eram apenas profissionais de comunicação: eram dois homens que falavam a mesma língua, compartilhavam os mesmos valores e possuíam visões de mundo semelhantes. Constituíam um exemplo daquilo que Sto. Tomás de Aquino definiu como pressuposto básico da amizade: *Idem velle, idem nolle*. Amar as mesmas coisas, rejeitar as mesmas coisas.

Os dez anos em que atuou na TV Coroados foram um período de grande aprendizado para Spartaco – e o mercado de comunicação da cidade evoluiu muito no período. Em 1991, ele sentiu que a sua tarefa na emissora estava cumprida, e que era o momento de iniciar um novo projeto. Certo dia, Spartaco encontrou Valduir no corredor da TV Coroados e perguntou se ele tinha tempo para uma conversa.

— Para os amigos a gente sempre tem tempo.

Na sala do gerente comercial da Coroados, havia uma fotografia da família — Spartaco, Beth e as meninas — e os vários prêmios conquistados pela emissora durante a última década.

— Valduir, meu amigo, preciso do seu conselho. Estou encerrando minha permanência na Coroados e quero abrir uma agência de publicidade.

Ao contrário do que se poderia esperar, o senhor da Engenho não se incomodou com aquela notícia. Não via Spartaco como um novo concorrente no mercado, mas como um amigo que merecia apoio e incentivo. Valduir sorriu e disse:

— Bom, já que você vai abrir uma agência, ela precisa de um nome.

Ali mesmo, na sala de Spartaco, Valduir sugeriu o nome ***SpB Propaganda***. *Sp* de Spartaco — também uma referência à sua terra natal — e *B* de Beth. Deve ser um caso único na história da publicidade brasileira em que o nome de uma agência foi escolhido pelo dono da agência concorrente.

Naquele dia, Spartaco acompanhou Valduir até a saída da Coroados. Eram seis da tarde. Antes de se despedirem, os dois amigos contemplaram um maravilhoso pôr do sol em Londrina.

— Quando eu cheguei aqui, Valduir, a primeira coisa que me conquistou foi esse poente. Parece até que Deus está querendo dizer pra nós: *Alguma coisa boa vai acontecer.*



Em 1985, Milson Martinelli decidiu abrir sua própria agência:

juntou-se a Nelito Chagas e Waurides Brevilheri para fundar a Pool Propaganda. Engana-se, porém, quem pensa que ele se tornou um *concorrente* de Valduir. Milson diz:

— O Valduir nunca foi concorrente de ninguém. Ele era sempre amigo e conselheiro de todos que tivessem o propósito de fazer um trabalho sério. Valduir sempre teve a maior boa vontade em ajudar as pessoas, e foi assim comigo. Ele nunca foi meu concorrente, muito pelo contrário: ele foi o meu exemplo. Até hoje, quando preciso de um conselho, procuro o Valduir. Ele é meu guru. Aliás, preciso ligar pro Valduir!



Durante muitos anos, o Senhor da Engenho atuou como uma espécie de educador do mercado de comunicação em Londrina, impondo respeito na relação entre as agências e os veículos, disciplinando o pagamento de comissões, combatendo os “atravessadores” que desordenavam as regras do mercado. Nesse cenário, os aventureiros e picaretas não tinham futuro. Milson conta:

— O pessoal que trabalhava errado durava no máximo um ou dois anos. Chegavam janeiro e fevereiro, meses ruins para o mercado, e o cara quebrava. Agora, quem quis se espelhar no Valduir e aprender com ele, se deu bem.

Spartaco foi um dos que espelharam no mestre Valduir. Ele sabia o que estava fazendo quando escolheu a vírgula e as aspas como os símbolos da SpB Propaganda. Termo derivado do latim *virga*, cujo significado é “varinha”, possivelmente por lembrar o formato de um pequeno ramo, a vírgula representa ao mesmo tempo a ordenação, o ritmo e a continuidade das frases. Uma

simples vírgula pode alterar completamente o sentido de uma frase, para o bem ou para o mal. As aspas, por sua vez, têm a função de destacar algum pensamento ou fala relevante, e são utilizadas sempre no início e no fim de uma sentença, estabelecendo um sentido de completude na comunicação. “Quando Plínio Marchini me disse para ajudar a construir a comunicação em Londrina, aquilo se transformou no meu propósito de vida, e foi exatamente esse propósito que me levou a criar a SpB”, recorda o publicitário.

É interessante ver como a SpB e a Engenho caminharam lado a lado no mercado de comunicação em Londrina.

— Desde o início, Valduir sempre me incentivou. Nunca disputamos um cliente, nunca soube que o Valduir tenha visitado um cliente da SpB e jamais me passaria pela cabeça visitar um cliente da Engenho. A SpB e a Engenho sempre estiveram unidas por uma conduta ética semelhante.

Infelizmente, nem todas as agências tiveram o mesmo comportamento nas últimas décadas. Com o crescimento do mercado e a proliferação de agências no mercado local de publicidade, não é raro acontecer que clientes da Engenho e da SpB sejam assediados por concorrentes. Spartaco já perdeu a conta das vezes em que foi visitar um cliente e ele puxava da gaveta o portfólio de outra agência que o havia visitado. É triste, é constrangedor, mas é verdade. Por contraste, a lisura ética sempre foi um dos motivos que fizeram Spartaco admirar seu amigo Valduir Pagani:

— Nestes 50 anos de agência, ele conquistou o respeito de todos porque nunca precisou passar por cima de ninguém. Valduir nunca

traíu, embora tenha sido traído algumas vezes, por funcionários que o abandonavam para tentar roubar seus clientes.

A convivência entre Valduir e Spartaco acabou por aproximar também as suas famílias. Dirleni e Beth tornaram-se amigas. As crianças brincavam juntas no Clube Alemão. Certa vez, em um encontro de família, o Seu Durval, sogro de Valduir, fez uma aposta e convenceu Beth a parar de fumar – ela nunca mais voltou ao hábito. E havia também entre os dois publicitários algo que os aproximava ainda mais: uma profunda fé cristã.

Nas últimas décadas, o mercado publicitário passou por uma profunda revolução, com a convergência tecnológica e o advento da internet. Spartaco observa que a Engenho conseguiu adaptar-se às mudanças sem perder as qualidades que a diferenciavam no mercado:

— A Engenho não chegou aos 50 anos por acaso. Há uma somatória de razões para isso: o caráter do Valduir, as suas convicções, o seu alinhamento com a comunicação, as equipes sempre muito bem constituídas. Profissionais como Valduir, que vieram antes da comunicação digital, são mais completos. Eles sabem fazer o on-line e o off-line. A comunicação é um “e”, não um “ou”. Da mesma forma que Valduir acolheu a chegada da SpB, nós temos que acolher os novos formatos e tecnologias da comunicação sem abrir mão dos antigos.



Dia desses, Spartaco pensou em Valduir, a quem não via há muito tempo, em decorrência da pandemia e da correria. Ligou para a Engenho e marcou um encontro com o velho amigo.

Na atual sede da Engenho, na Rua Assunção, Spartaco reencontrou o veterano Enio, fiel escudeiro da Engenho, a quem cumprimentou calorosamente. Passou pelo corredor, viu a coleção de máquinas de escrever, das quais saiu boa parte da história da propaganda em Londrina, e finalmente chegou à sala do velho amigo, compadre e companheiro de profissão.

Os dois publicitários tiveram uma longa e emocionada conversa. Lá fora, o poente de Londrina dava mais um espetáculo.

Então, o celular de Valduir tocou.

— Fala, Milson. Tudo bem? Há quanto tempo, meu amigo.

CAPÍTULO 9

AMOR, *PAIXÃO* E MÁQUINA DE ESCREVER

*“Lutar com as palavras
É a luta mais vã.
Entanto lutamos,
Mal rompe a manhã.”*

(Carlos Drummond de Andrade)



Carlos Macchia nasceu em Antonina, a verdadeira capital do Paraná, segundo ele. “Quase ninguém sabe, mas Curitiba faz parte da Grande Antonina”, garante. Desde pequeno gostava de escrever, era o primeiro da classe em redação. Mas a mãe queria um doutor na família, e lá foi o jovem Carlos cursar Engenharia Mecânica Operacional na Escola Técnica do Paraná. A conselho de José Maria dos Santos, um diretor teatral que conheceu na época, Carlos decidiu trocar a calculadora pela Olivetti: “Larga essa porcaria de Engenharia, seu negócio é escrever”. O mundo perdeu um engenheiro para ganhar um redator publicitário.

Com apenas 14 anos, quando viu seu primeiro roteiro na televisão – para os Móveis Cimo –, Carlinhos chamou toda a família. “Olhem só, fui eu quem escreveu isso. E ainda me pagaram!” Como engenheiro, ele jamais teria essa alegria.

Carlinhos virou Carlão e mergulhou no mundo da publicidade e propaganda. Atuou em várias agências de Curitiba, conheceu os

bambas da área, adquiriu experiência e se inteirou das manhas e nuances do mundo da comunicação. Foi redator, diretor de arte, produtor de vídeos. Em 1983, durante um evento em Curitiba, conheceu um senhor chamado Valduir Pagani, que lhe foi apresentado como dono da Engenho, a maior agência de propaganda do interior do Paraná. Ué, tem disso no interior? Esses pés-vermelhos sabem o que é propaganda?

Aos 23 anos, Carlão Macchia abriu uma produtora em Cuiabá. Depois de alguns meses no mercado mato-grossense, foi diagnosticado com uma doença muito séria: osteoporose financeira. “Quebrei lindamente”, recorda. Foi quando um amigo, o publicitário Sérgio Mercer, lhe disse que Valduir estava precisando de um redator em Londrina. “Será que o tubarão de Antonina vai subir rio?”, pensou. E resolveu tirar a prova.

No dia 15 de novembro de 1987, Carlão pegou um ônibus da Viação Garcia e veio conversar com Valduir Pagani na sede da Engenho, em Londrina. A agência estava com uma série de jobs parados. Hospedado no Hotel Triunfo, o novo redator já foi botando a mão na massa, e Valduir logo percebeu que aquele jovem conhecia o riscado.

Na Engenho, Carlão percebeu que os pés-vermelhos sabiam fazer, sim, propaganda de excelente qualidade. Era uma agência grande – a segunda em faturamento no Paraná – e atendia clientes importantes, lendas do mercado como Jabur Pneus, Transparaná, Nortox e Plaenge. A orquestra de 30 profissionais funcionava muito bem sob a batuta daquele senhor de voz grave.

Foi paixão à primeira vista por Londrina, onde Carlão fez amizades que duram até hoje.

– Londrina é uma cidade amistosa, que te abraça. Os londrinenses são muito acolhedores. Mal cheguei, já estavam me convidando para churrasco, para tomar cerveja, arrumaram até casa pra eu alugar. Não tinha inveja, tinha parceria.

Para Carlão Macchia, existem dois Valduires. Há o Valduir profissional, que tem uma paixão absurda pela Engenho.

– Ele faz tudo pela agência. Na verdade, ele é viciado na Engenho; ninguém pode suplantá-lo nessa dedicação.

E há o Valduir amigo, o “irmão mais velho”, aquele que faz questão de estar presente na vida de Carlão mesmo quando fisicamente distante. Aquele que se preocupa com o amigo, quer saber notícias, pergunta da família, se está precisando de alguma coisa. Aquele Valduir que também liga para pedir um conselho, uma opinião, uma dica. A proximidade era tanta que o redator se tornou “Tio Carlão” para as filhas e o filho de Valduir.

No começo, Carlão ficava chateado com as intromissões de Valduir no seu trabalho de redator. “Imagine só, ele rabiscava meus textos!” Mas aos poucos foi aprendendo a lidar com aquele senhor sisudo, discreto, mas extremamente exigente com a qualidade dos serviços que prestava.

A turma da criação – da qual Carlão fazia parte, juntamente com Binho, Bonato, Cidão, Nilo, Domingos Pellegrini – gostava de aprontar, e algumas vezes o próprio Valduir era vítima. Certa vez, colocaram pasta de dente no bocal do telefone de Valduir; quando ele atendeu a primeira ligação, ficou com o rosto todo manchado de pasta.

– Filhos da puta – disse Valduir. Sim, às vezes até o Senhor da

Engenho perdia a paciência.

Durante um período em que a Engenho estava produzindo uma campanha para a Exposição Agropecuária de Londrina, Carlão resolveu colocar sal amargo no açúcar cristal do café da agência. Naquele dia, os banheiros da Engenho ficaram interditados; foi preciso até chamar o encanador. Não é sempre que 30 funcionários têm dor de barriga ao mesmo tempo.

Em outra ocasião, um diretor da Nortox estava em reunião com Valduir, no andar de cima da agência, e se alarmou com o som de tiros no estacionamento.

– O que é isso, Valduir? É assalto? – perguntou o cliente, assustadíssimo.

– Não, não... É o nosso pessoal da produção, que está testando um efeito sonoro para o próximo filme da Gevasco – desconversou Valduir.

Ele sabia que era o designer Binho testando a pistola que havia acabado de comprar.

Mas todas as maluquices eram compensadas pela qualidade do trabalho. Valduir tinha a capacidade de botar ordem no caos e conseguir os melhores resultados de sua equipe de criação, de modo a que o negócio prosperasse. Carlão sempre admirou a dedicação de Valduir à Engenho:

– Qualquer outro, na primeira crise, teria vendido a agência e se aposentado. Mas não o Valduir. Se a Engenho chegou aos 50 anos, um caso único no Paraná e talvez no Brasil, foi graças a essa persistência do Valduir. A Engenho deveria ser estudada nas faculdades de comunicação, pois mantém toda a estrutura

de funcionamento de uma agência de propaganda tradicional. A Engenho é uma lenda.

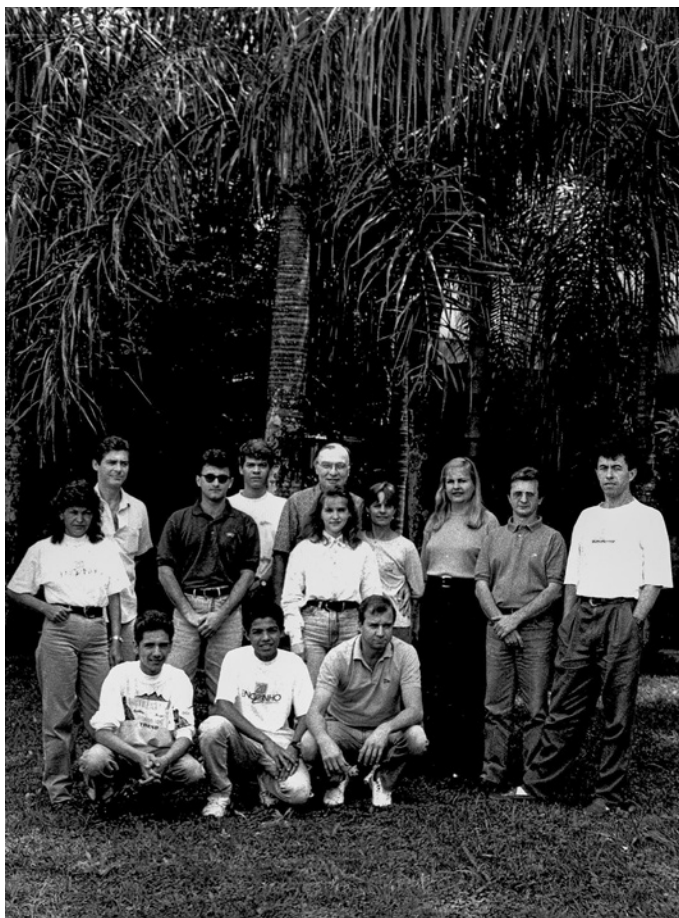
A Engenho passou pela geada negra, pela inflação do Sarney, pelo Plano Collor, pelo Plano Real, por todas as reviravoltas da economia e da política – e nunca perdeu a identidade. À frente da agência, Valduir passou por todas as transformações tecnológicas dos últimos anos, o que nem sempre foi fácil:

– Eu mesmo resisti um tempo em trocar a máquina de escrever pelo computador. Mas acabei me adaptando; afinal, o computador para mim continua sendo uma máquina de escrever – diz Carlão Macchia, que em 2022 está completou 45 anos de carreira na publicidade.

Conversando com seu velho amigo Carlão, Valduir confessa sentir saudade daqueles tempos em que a agência era cheia de malucos, jovens de temperamento artístico que muitas vezes produziam coisas geniais. Em comparação, hoje a agência parece uma biblioteca, de tão silenciosa.

Após 35 anos, Carlão e Valduir continuam amigos e parceiros profissionais. Trabalham juntos atendendo alguns clientes – Carlão em Curitiba, Valduir em Londrina. Os dois velhos companheiros têm algo em comum: o amor apaixonado pelo que fazem. De certa forma, Carlão nunca deixou de ser aquele menino de 14 anos que escreveu o anúncio dos Móveis Cimo:

– Sou um velho metido a garoto. O que me fascina é escrever um texto e alguém ainda me pagar por ele. Propagar a minha mensagem é algo impagável. Amor, paixão e máquina de escrever: não quero outra vida.



CAPÍTULO 10

JORNALISTAS E *PUBLICITÁRIOS*

*“Faça o que você faz tão bem
que as pessoas vão querer ver
de novo e trazer os amigos.”*
(Walt Disney)

Joaquim Francisco Gonçalves de Brito Amaro, o Chico Amaro, nasceu em Lisboa, em 1954, mas passou seus primeiros anos de vida na região da Beira Baixa, ao pé da Serra da Estrela, em Portugal. Filho de um casal de professores, veio para o Brasil aos 4 anos, com os pais e o irmão mais velho. A família Amaro se estabeleceu em Apucarana, onde vivia a família Pagani.

Alguns anos depois, em 1970, José Granado Garcia Filho, o Zé Granado, nasceu em Londrina. Filho de um empresário bastante conhecido na cidade, desde cedo revelou uma aptidão para as palavras. Era um leitor aficionado dos jornais e revistas que o pai assinava, mas tinha uma especial predileção pelas histórias em quadrinhos de Mandrake, Fantasma e outros heróis clássicos.

Em Apucarana, Chico foi convidado para um emprego de office-boy no Departamento de Jornalismo da TV Tibagi. Como conhecia um pouco de inglês, uma de suas tarefas era traduzir os títulos dos filmes noticiosos da americana CBS. De vez em

quando, Délio Cesar, o chefe do departamento, chamava o garoto para aprender a redigir algumas notícias do telejornal. Na TV Tibagi, Chico pôde conhecer a facilidade com que o diretor artístico Hiram de Hollanda criava slogans e textos para anunciantes. Hiram era um baita publicitário. Foi ele o criador do marcante slogan do Governo Paulo Pimentel: *Paraná – Aqui se trabalha*. Era o que se lia numa grande placa da Rodovia Régis Bittencourt, ao entrar no Paraná. Se bem que, segundo o veneno de alguns, o DER de São Paulo deu o troco com outra placa para quem seguia em sentido contrário, na qual se lia: *São Paulo – Trabalho aqui nunca foi novidade*.

Rivalidades regionais à parte, Chico Amaro acabou seguindo o mesmo caminho que o jovem Valduir Pagani havia percorrido nos anos 60: deixou Apucarana para fazer faculdade em Londrina. A diferença era o curso: Valduir formou-se numa das primeiras turmas da Faculdade de Direito; Chico entrou na primeira turma do curso de Comunicação, do qual viria a ser professor. Não precisou nem mudar de emprego – os telejornais da TV Tibagi tinham passado a ser editados em Londrina, num momento em que o dono, Paulo Pimentel, havia comprado também a TV Coroados.

O fato é que Chico desde muito jovem esteve envolvido com a comunicação, transitando habilmente entre o jornalismo e a publicidade. Tanto que, assim que chegou a Londrina, foi chamado para ser redator da agência Marca, pertencente a Paulo Pimentel e Hélio Duque, e dirigida por Juraci Pires de Camargo, o Nego Jura, outro publicitário apucaranaense que depois seguiria carreira em Belo Horizonte.

Casado desde 1975, o ano da geada negra que dizimou as

plantações de café, Chico Amaro passou por diversas experiências e funções na imprensa local, trabalhando como editor, redator ou repórter no jornal Panorama, na TV Coroados, na Folha de Londrina, na sucursal londrinense da Tribuna da Cidade de Apucarana, na Rádio Paiquerê FM e no Jornal de Londrina, além de ter se tornado docente do Curso de Comunicação da UEL.

Chico Amaro foi chamado para trabalhar na Engenho em 1985. Iniciava-se ali uma parceria que, de certa forma, dura até hoje. Na primeira vez em que entrou na sede da Engenho, Chico diz que se sentiu “humilhado” ao contemplar os cartazes na parede com as peças publicitárias redigidas por Domingos Pellegrini para grandes clientes como a Herbitécnica e a Transparaná:

– Eu olhava os cartazes e pensava: Nunca vou conseguir fazer um texto desses!

Mas Chico Amaro conseguiu. Há pessoas que fazem parte do problema e pessoas que fazem parte da solução; decididamente, Chico pertence ao segundo grupo. Como redator da Engenho, ele virou um resolvidor de problemas. Sob a orientação de Valduir, entregava textos corretos, precisos, na medida do que era exigido pelos clientes.

Enquanto Chico Amaro resolvia os problemas na Engenho, o adolescente Zé Granado produzia um jornal para os colegas de escola e sonhava em fazer comunicação na UEL. Em 1988, ele passou no vestibular e, ainda estudante, foi chamado para fazer o jornal da Associação dos Funcionários da Viação Garcia, o *Catita*, cujo nome faz referência ao primeiro ônibus dirigido pelo pioneiro Celso Garcia Cid. Tempos depois, Zé começou a trabalhar como redator publicitário na agência Apoio. Com

trajetórias semelhantes, Zé e Chico acabaram se conhecendo na UEL, onde Zé teve aulas com Chico.

Chico Amaro também teve seus mestres. No jornalismo, ele foi um discípulo do lendário Délio César, ícone da imprensa paranaense. Na publicidade, seu grande conselheiro e orientador foi Valduir Pagani, referência da publicidade paranaense. Délio e Valduir tinham estilos completamente diferentes – Délio, sanguíneo e combativo; Valduir, discreto e compenetrado –, mas ambos sabiam exatamente aonde queriam chegar e conheciam profundamente os seus ramos de atividade.

Na Engenho, Chico Amaro conheceu alguns personagens marcantes. Havia Antônio Kazuo, o Toninho Japonês, um gênio do desenho, capaz de fazer a caricatura de uma pessoa que ele havia acabado de conhecer. Havia Milson Martinelli, que em seu papel de vendedor era um tremendo publicitário, um companheiro de trabalho muito positivo, criativo, sempre empenhado em oferecer o melhor para os clientes. Havia Ibsen Valdrighi, o Binho, o homem das artes, encarregado de fazer os storyboards dos anúncios e outras proezas que exigiam habilidade e talento artístico; os rafs do Binho, quando feitos com o recurso do aerógrafo, tinham uma beleza que deixava Chico encantado.

Havia Enio Turques, o faz-tudo do tráfego de produções e materiais da Engenho, o maior gozador entre os gozadores, incapaz de perder a piada, mas que também nunca perdia o amigo. Havia o office-boy Cícero Valentin, que veio a interpretar o *Ligeirinho* da Gevasco, com a sua alegria, o seu violão, a sua gaita, a sua vontade de vencer na vida. Havia Waldemar, o responsável pelo setor administrativo, muito diferente de um “burocrata”, um amigo com grande senso de humor e inteligência, que

participava do clima de efervescência do pessoal da criação. E havia a talentosa, bonita e simpaticíssima jovem Flávia Regina Staut, cuja vida foi precocemente interrompida no desastre do avião da TAM em 1999.

No ano 2000, Zé Granado trabalhava no Jornal de Londrina – onde havia sido contratado como redator do departamento publicitário, tornando-se depois repórter e editor – quando Valduir Pagani o convidou para trabalhar na Engenho. Se Zé teve alguns mestres no jornalismo – Délio César, Chico Amaro, Ricardo da Guia Rosa –, o seu grande professor de propaganda foi Valduir – e a sua escola, a Engenho.

Zé Granado conta:

– Quando cheguei à Engenho, encontrei uma agência plenamente estruturada. Valduir tinha domínio sobre todos os processos que envolviam o trabalho publicitário. Fiquei impressionado e vi que poderia aprender muito com ele.

Quando a Engenho estava prestes a iniciar uma campanha importante, Valduir costumava convidar profissionais de fora da agência para conversar com a equipe e assim garantir a produção de materiais com maior qualidade. Zé tem o hábito de arquivar os seus trabalhos e guarda até hoje os materiais de campanhas que marcaram época, como a do lançamento do Condomínio Sun Lake e as produções para a Exposição Agropecuária de Londrina. Para ele, no entanto, a maior lição de Valduir foi a generosidade:

– Aprendi com o Valduir que a gente sempre pode fazer melhor, e que a gente faz melhor quando trabalha em equipe e as pessoas são generosas umas com as outras. Deve ser por isso que quase todos os que saíram da Engenho continuam de uma forma ou de

outra ligados ao Valduir.

Certa vez, quando Chico Amaro atuava em seus primeiros tempos como redator na Engenho, ainda cru, Valduir teve oportunidade de fazer uma viagem aos Estados Unidos com a família e deixou a agência por alguns dias. De repente, Milson Martinelli aproximou-se da mesa do Chico e disse:

– Precisamos fazer um roteiro urgente para a Transparaná.

Chico quase entrou em pânico. “Como é que vou fazer um roteiro sem os conselhos do Valduir, sem as orientações do Valduir, sem a palavra final do Valduir? *Cadê o Valduir?*”

Mas não havia outra saída. Aquela foi a primeira vez que Chico Amaro produziu uma peça importante sem contar com a supervisão e aprovação do Valduir. Naquele momento, o redator percebeu a importância que o papel central que o fundador da agência tinha para o trabalho da sua equipe. A partir desse fato simples, é possível entender como a Engenho continuou firme durante os últimos 50 anos. Chico se admira:

– Se você parar pra pensar, a publicidade mudou radicalmente nos últimos 25 anos. Saiu dos meios tradicionais de comunicação e foi parar na internet. Quanta gente boa ficou pelo caminho com essa mudança? Mas o Valduir não, a Engenho continua navegando neste novo ambiente depois de ter passado mais da metade da vida no ambiente anterior!

E navegando com conhecimento de causa, complementa Zé:

– Valduir tem uma capacidade de adaptação admirável para uma pessoa da geração dele. Ele pesquisou o mercado, identificou tendências, entendeu o que os clientes passaram a querer, e

hoje conversa de igual para igual com qualquer influenciador da internet.

Chico e Zé guardam na memória várias passagens marcantes da Engenho. Chico se lembra especialmente de uma manhã de sábado em que compareceu com Valduir à Herbitécnica, para participar de um *brain storming* (literalmente, “tempestade cerebral”, reunião para lançar ideias que levem à criação de um anúncio) a respeito de um anúncio de página inteira para a edição americana da revista Time.

Naquela época – meados dos anos 80 – a empresa agropecuária já tinha uma extensa rede de assessoria direta aos produtores rurais, com a notável marca de 150 mil atendimentos *in loco* por mês. Os diretores da Herbitécnica desejavam estender essa imensa rede de atendimento para representar marcas norte-americanas e, digamos assim, conquistar a América. Por isso, a ideia de fazer o anúncio na Time.

Na sala de reunião da Herbitécnica, Valduir e Chico se encontraram com vários representantes da empresa envolvidos com publicidade. Chico falou pouco e ouviu muito. Circulou de mão em mão um slide com uma foto lindíssima, que mostrava uma lavoura de soja iluminada pelo sol poente. Havia consenso de que aquela devia ser a imagem do anúncio, de tão bela e significativa. Mas... e o título?

Depois de muitas ideias faladas e “bombardeadas”, depois de muitas piadas feitas, de dezenas de cafezinhos e copos de água mineral, já com a fome do almoço mostrando suas unhas e prejudicando o humor de todos, Chico Amaro aperta mais um pouco os miolos e sugere:

– Que tal *Mais 150 mil visitas. Os homens da Herbitécnica voltam amanhã?*

Por um instante, fez-se silêncio na sala – logo rompido por manifestações gerais de aprovação. Estava escolhido o slogan para fazer a América. Chico rememora:

– Acho que o anúncio acabou nem saindo, mas eu me lembro com especial carinho daquele momento em que me senti um redator publicitário de verdade.

Tão bom quanto o Domingos Pellegrini, poderíamos acrescentar.

Certo dia Zé Granado estava na redação do Jornal de Londrina quando recebeu um telefonema da Engenho:

– Zé, amanhã é aniversário do Valduir e queremos fazer uma surpresa. Você pode escrever um texto em homenagem a ele?

Zé pensou um pouco, escreveu um texto caprichado e, na hora de dar um título, teve um insight:

Valduir, O Senhor da Engenho

Foi assim, das mãos de um amigo e admirador, jornalista e publicitário, que nasceu o título do livro que você lê agora. Os homens da Engenho voltam sempre.

CAPÍTULO 11

O HOMEM DA *FOLHA* E O *SENHOR* DA ENGENHO

*“Eu conheço Londrina a centímetro,
o Paraná a palmo, o Brasil a metro
e o mundo a quilômetro.”*

(João Milanez)



A primeira vista, João Milanez e Valduir Pagani pareciam ser pessoas muito diferentes. Em termos de personalidade, todos diriam que eram praticamente opostos. João, o Homem da Folha – expansivo, agitado, galhofeiro e sem papas na língua. Valduir – discreto, tranquilo, formal, quase tímido. Até o timbre de voz os separava. A fala de João era a de um vendedor de jornal, com um discurso para qualquer ocasião. A fala de Valduir, a de um locutor de notícias, grave e fiel ao roteiro. Valduir seguia o script; João improvisava. Cada um a seu estilo, eles se relacionavam com todas as pessoas – do presidente à moça do cafezinho; do governador ao estagiário; do prefeito ao entregador.

Apesar das diferenças, João e Valduir tinham várias coisas em comum. João também nasceu no sítio, filho de italianos de segunda geração. Veio ao mundo em Meleiro, perto de Criciúma, Santa Catarina, no ano de 1923. Valduir nasceu 22 anos depois, em Pirapó, perto de Apucarana, Norte do Paraná. Ambos se

mutaram jovens para Londrina, em busca de uma vida nova. Depois de algumas peripécias, João e Valduir se realizaram profissionalmente no mundo da comunicação. Em 1948, João fundou a Folha de Londrina. Em 1973, Valduir fundou a Engenho Propaganda.

Antes da Folha, João foi lavrador, minerador, carpinteiro, sapateiro, soldado e vendedor de títulos de capitalização. Até a morte ele “conheceu” – quando por um motivo desconhecido ficou quatro dias em coma no quartel do Exército em Ponta Grossa, na época da Segunda Guerra Mundial. Dispensado de combater na guerra, achou seu campo de batalha na jovem Londrina, à época com 17 mil habitantes.

Com a renda do café, a cidade crescia de forma acelerada. A cada dia chegavam novos cidadãos, vindos de todas as partes do mundo. João então pensou que poderia criar um produto que interessasse a essa gente toda. Mas tinha que ser algo para atender à comunidade inteira, e não apenas a algum grupo político ou econômico:

– Eu não queria criar um jornal para grupos, mas um jornal para todos. Um jornal que defendesse as coisas e as causas de Londrina e região.

A Folha de Londrina começou com uma máquina de escrever emprestada e alguns tipos comprados a fiado em São Paulo. Em alguns anos, transformou-se em um dos maiores jornais do Paraná, com circulação em praticamente todo o Estado.

Quando Valduir chegou a Londrina, a Folha já era um símbolo da cidade.



Ao completar 18 anos, João Rodrigo, filho único de João Milanez, foi chamado pelo pai, que lhe disse:

– Rodrigo, a criatividade é um bom negócio. Você tem que trabalhar em uma agência de propaganda. As coisas mudam, mas sempre vai ter trabalho para quem é criativo.

Foi então que o dono da Folha procurou seu amigo Valduir Pagani e conseguiu uma vaga de estagiário para o filho na Engenho. João Rodrigo recorda:

– Meu pai sempre me falava sobre a publicidade, desde criança. Incrivelmente, ele dizia isso nos tempos dourados da Folha. Parece que ele já visualizava essa crise que o jornalismo vive hoje em dia: crise tecnológica, econômica e de credibilidade.

O jovem João conta que o pai sempre teve grande admiração pelo segmento de publicidade – e, dentro da publicidade, pela Engenho e por Valduir. Quando João Rodrigo começou a estagiar na Engenho, a agência estava de mudança – da sede junto com a Paiquerê, na Avenida Higienópolis, para as novas instalações, mais modernas e amplas, na Avenida Adhemar de Barros.

Estudante do segundo ano de Marketing e Propaganda, João Rodrigo ficou fascinado com as relíquias da era analógica da propaganda que encontrou na Engenho, como a coleção de spots de rádio em vinil, as máquinas de escrever dos redatores veteranos e o laboratório de fotografia. O estagiário foi testemunha ocular das mudanças tecnológicas pelas quais começava a passar o segmento de publicidade naquele final dos anos 90 – transformações que se intensificariam nas décadas

seguintes. O jornal fundado por João Milanez também viveria essas mudanças a um tempo fascinantes e dramáticas.

Na Engenho, João Rodrigo aprendeu muito. Como todo estagiário, ele era pau pra toda obra – de fazer cafezinho para a equipe até levar os anúncios para a Folha e para as emissoras de televisão. De vez em quando, Valduir lhe passava algum pequeno texto ou roteiro. E assim João Rodrigo foi aprendendo como funcionava uma agência de publicidade. Foi ali que ele começou a se interessar pela produção de vídeos. Tempos depois, ele seria um dos criadores do Gravidade Zero, o primeiro programa da TV paranaense a ser transmitido pela internet, quando ainda nem havia YouTube. Foi o passo decisivo para criação da produtora de vídeos Usina de Ideias, que completou 20 anos em 2022 e é uma das referências no mercado audiovisual de Londrina.

A Engenho foi a porta de entrada para João Rodrigo no mundo da comunicação. Algo que o marcou profundamente foi a atitude paternal de Valduir, sempre disposto a orientar os mais jovens, e a sua tranquilidade em todos os momentos.

– Sabe como é, naquela época eu saía para as baladas, e o Valduir me pegou cochilando durante o serviço. Até hoje me lembro como ele conseguiu chamar minha atenção brincando. Nesse ponto ele era muito parecido com o meu pai, tratava a todos da mesma forma.

Várias vezes João Rodrigo testemunhou a habilidade de Valduir em resolver crises e manter a serenidade mesmo em momentos difíceis, como quando parte da equipe deixou a Engenho para formar outra agência, levando embora clientes importantes. Mesmo perdendo, do dia para a noite, o diretor de criação, dois

designers e a uma profissional de atendimento, Valduir soube contornar a crise e dar a volta por cima.

– É outra semelhança entre ele e meu pai: os dois nunca foram de desistir. Eles eram homens do aperto de mão, da palavra empenhada, do olho no olho, coisas que foram sendo perdidas com o tempo. É por isso que meu pai sempre colocou Valduir no patamar de um grande homem. Ele sempre o considerou um grande profissional, mas a sua admiração pelo Valduir ia além disso, era a admiração pela pessoa.

Para João Rodrigo, Valduir é um exemplo raro de unanimidade no meio publicitário pela honradez e o comportamento ético. E se a Folha de João Milanez e a Engenho de Valduir Pagani construíram ao longo das décadas uma parceria sólida e inabalável, a Usina de Ideias também criou vínculos com a agência de propaganda mais tradicional da cidade, com vários projetos comuns. O mais marcante, para João Rodrigo, foi a bem-sucedida campanha da Sercomtel com o ator global Nelson Freitas, um sucesso até hoje.



João Rodrigo Milanez está fazendo um documentário, ainda sem título, sobre a vida de seu pai, o fundador da Folha de Londrina. Ao dar o seu depoimento para este livro, João Rodrigo ressaltou que Valduir Pagani seria um entrevistado importante para o filme.

Da mesma forma que não se pode falar em jornalismo em Londrina sem mencionar a Folha, não se pode falar em propaganda em Londrina sem mencionar a Engenho. O Homem da Folha e o Senhor da Engenho são como dois protagonistas de uma mesma história. E uma virtude que une esses dois personagens é a capacidade de resistir às turbulências e crises.

Pergunto a João Rodrigo o que seu paialaria sobre Valduir se estivesse vivo. O jovem João me respondeu que ele diria naquele sotaque inconfundível e gesticulando caracteristicamente com as mãos:

– *Ab, o Valduir é um grande homem!*

Então eu me lembrei de uma cena na redação da Folha de Londrina, em meados dos anos 90. O Patrão, como o chamávamos, aproximou-se do editorialista Estélio Feldman, o decano da redação, e disse:

– *O Estélio é o esteio do jornal!*

É bem provável que hoje ele fizesse um comentário semelhante sobre Valduir Pagani. O homem que se gabava de conhecer Londrina a centímetro provavelmente diria que Valduir é o pilar da nossa propaganda.

João Milanez contava que em 1975, depois da geada negra que dizimou a cafeicultura norte-paranaense, alguém lhe propôs deixar Londrina. A reação foi imediata:

– *Eu não vou a lugar nenhum. Aqui é o melhor lugar do mundo!*

Em 1975, a Engenho tinha apenas dois anos de existência. As décadas seguintes mostrariam que João Milanez estava certo: valeu a pena persistir em Londrina. Se ainda estivesse entre nós, o Homem da Folha certamente ficaria muito feliz com os 50 anos da Engenho Propaganda. Até porque em 2023 ele completaria um século de vida.

CAPÍTULO 12

ENTREGA DE *CORPO* E ALMA

*“Muitas coisas pequenas foram
transformadas em grandes pelo tipo
certo de publicidade.”*

(Mark Twain)



O s primeiros engenhos do tipo banguê eram propriedades rurais voltadas ao cultivo da cana e à fabricação do açúcar. O local em que cana era transformada em açúcar chamava-se fábrica ou moita. Ali era instalada a moenda, moía-se a cana, extraía-se o caldo e branqueava-se o açúcar. No clássico “Casa Grande e Senzala”, o sociólogo pernambucano Gilberto Freyre faz uma genial descrição da vida social, cultural e econômica em torno do engenho de cana, sem esconder as mazelas e os dramas de uma sociedade escravocrata. Para um bom engenho, eram necessárias terras (para o plantio), águas (para acionar as moendas), matas (para suprimento de lenha) e força humana (na época, mão de obra escrava).

Para se fazer uma boa agência de propaganda, são necessários bons clientes, bons profissionais de criação, bons veículos de comunicação. No entanto, nada disso funcionaria se não houvesse alguém no comando: no caso, Valduir Pagani, o Senhor da Engenho.

A principal diferença entre a Engenho e o engenho está na liberdade: ao contrário das antigas fábricas coloniais, todos na Engenho eram livres para criar e trabalhavam não com a força física, mas com o intelecto. Valduir Pagani, diferentemente dos senhores de engenho do passado, era um chefe que estava presente em todas as etapas da produção, no papel de incentivador, conselheiro e gestor do processo. Para produzir o açúcar e a cachaça da propaganda, era fundamental essa presença – e a liberdade dos que trabalhavam.



Todo mundo o chamava de Bico. Quase ninguém sabia que o seu verdadeiro nome era Juscemar Camargo. O apelido veio dos tempos em que ele jogava basquete em Apucarana, para diferenciá-lo do irmão mais velho, o Boca. E foi justamente a partir de um convite desse irmão que Bico iniciou-se no mundo da propaganda.

Bico saiu da pequena Apucarana para trabalhar como redator numa agência publicitária em Belo Horizonte. Crooner de pequenas bandas, percussionista e compositor de canções, o jovem apucaranesse desde cedo mostrou talento para lidar não apenas com as notas, mas também com as letras.

Na capital mineira, Bico participou como redator de várias campanhas, quase todas vinculadas ao governo de Tancredo Neves. A experiência foi boa, mas depois de algum tempo o rapaz começou a sentir saudades de casa. Queria voltar para a Terra Vermelha, para o Norte do Paraná.

O irmão de Bico lembrou-se então de um amigo apucaranesse. Ligou para a Engenho:

– Valduir, você tem alguma coisa para o meu irmão aí?

– Manda ele vir que eu estou precisando!

Quando Bico chegou à sede da Engenho, à beira do Lago Igapó, descobriu que a sua tarefa seria nada menos do que substituir o já consagrado e premiado escritor Domingos Pellegrini, autor de “O Homem Vermelho”, livro vencedor do Prêmio Jabuti em 1977.

Mal entrou na agência, Bico ajudou numa bem-sucedida campanha realizada por Pellegrini para um dos clientes mais importantes da Engenho: a Herbitécnica. Em anúncios publicados na revista Veja e outros grandes veículos nacionais, a campanha mostrava a importância do uso de defensivos agrícolas para garantir a produção de alimentos: *Sem defensivos, ninguém come*.

Na Engenho, Bico aprendeu a trabalhar com recursos e prazos que muitas vezes eram limitados. Isso obrigava o redator e os arte-finalistas a utilizarem a criatividade.

– A publicidade nesse tempo era quase artesanal – um engenho, mesmo. A gente precisava colocar a cana na moenda e acompanhar todo o processo, até tirar o açúcar e, às vezes, a cachaça.

Eram tempos em que o diretor de arte Ibsen Valdrighi, o Binho, levava de dois a três dias para fazer um layout com tinta guache. No dia seguinte, na hora de levar a arte do anúncio para o jornal, Enio descobria que uma parte do layout havia sido comido por baratas... E toca refazer a guache...



A exemplo de muitos, Bico afirma que a campanha da Gevasco – com o personagem Ligeirinho – foi um dos momentos mais

expressivos nos 50 anos da Engenho. O jornalista Ricardo da Guia Rosa lembra que ainda nem conhecia Valduir ou a Engenho, mas já era fã do Ligeirinho:

– Na minha memória, o Ligeirinho da Gevasco é o personagem mais divertido e criativo da propaganda de Londrina.

O redator Bico foi um dos profissionais que deram vida a esse personagem marcante, em que se combinavam boa ideia, ousadia e conceito. Note-se que o principal enfoque na campanha não eram propriamente as peças automotivas, mas a rapidez e a eficiência na entrega. Hoje em dia, a entrega é um dos grandes diferenciais no sucesso de qualquer produto ou serviço. É impossível conceber uma grande marca como a Amazon, por exemplo, sem mencionar a rapidez, segurança e eficiência na entrega dos produtos.

– A entrega hoje é um dos compromissos centrais nas relações profissionais e nos negócios. A maior entrega, na comunicação, é conquistar o público e fazer história. Ligeirinho já fazia isso sorrindo – completa Ricardo, que anos mais tarde se tornou colaborador da Engenho.

Entrega – uma palavra que também serve para definir o espírito da equipe da Engenho. Pela agência passaram profissionais que se entregavam de corpo e alma aos desafios da atividade. Bico se lembra da turma da Engenho varando a madrugada na agência para compor os anúncios de aprovados do Colégio Canadá no vestibular da UEL.

– Ficávamos até três, quatro horas da manhã, montando os anúncios de página inteira para na Folha de Londrina, com as fotos 3x4 e os nomes dos candidatos aprovados, para sair na edição de domingo

do jornal. Todo mundo entrava na dança, até o Valduir.

Os hábitos da equipe de criação às vezes não eram exatamente ortodoxos. Certa vez, Binho e os colegas pegaram uma boia de câmara de caminhão e foram para o meio do lago meditar sobre uma nova campanha.

A certa hora da noite, Valduir saiu da agência e foi até à beira do lago para chamar a turma de volta:

– Pessoal, temos que entregar a campanha!

A resposta foi do próprio Bico:

– Tamo criando a campanha aqui, Valduir!

E a campanha saía.



O que vem antes: o texto ou a imagem? Essa sempre foi uma questão que intrigou Bico e outros profissionais da publicidade. Trata-se de uma questão filosófica que lembra o famoso slogan criado por Enio Mainardi: *Tostines é fresquinho porque vende mais ou vende mais porque é fresquinho?*

Um exemplo de equilíbrio perfeito entre texto e imagem foi o cartão de Natal para a revendedora de pneus Jabur, em 1985.

O cartão mostrava um caminhão com os pneus carecas e a frase **ADEUS, ANO VELHO...**

Ao abrir o cartão, a pessoa via o mesmo caminhão com os pneus novinhos em folha: **FELIZ ANO NOVO!**

– O que eu mais gostava na Engenho era essa entrega. Até os cartões de Natal que nós fazíamos eram os melhores.



CAPÍTULO 13

LENDA VIVA

*“Se vi mais longe, foi por estar
sobre o ombro de gigantes.”*
(Isaac Newton)

Amarildo Lopes era um garoto de 16 anos que morava com os pais no Jardim Bandeirantes, zona oeste de Londrina. Nascido em Bela Vista do Paraíso, ele veio para Londrina na infância, quando seu pai, o mestre carpinteiro Antônio Lopes dos Santos, foi contratado pela Sociedade Rural do Paraná. Na época, final dos anos 70, as paixões de Amarildo eram as motocicletas e o rádio. Certa manhã, ele foi procurado pelo filho de sua madrinha, que também era sua vizinha. O amigo lhe fez uma proposta inesperada:

– Amarildo, já que você gosta tanto de ouvir música, não quer trabalhar na Rádio Tabajara? Parece que abriu uma vaga de estágio por lá.

– Vamos nessa!

No dia seguinte ele estava aprendendo o ofício de operador de som na emissora londrinense. Ficou na Tabajara por três meses. Ao final desse período, o dono da rádio o chamou para conversar:

– Amarildo, nós gostamos do seu trabalho, mas não podemos te contratar agora.

O jovem fez uma cara de decepção.

– Mas eu tenho uma boa notícia pra você. Fiquei sabendo que o pessoal da Rádio Paiquerê vai abrir uma FM em Londrina. Vou indicar você para eles.

E assim Amarildo Lopes se tornou operador de som da primeira rádio a transmitir em frequência modulada na região. Os sócios-proprietários da Paiquerê FM eram os radialistas Ricardo Spinosa e J. B. Faria, o médico e professor Oscar Alves – e o publicitário Valduir Pagani.

– Na fase de testes da emissora, Valduir, Spinosa e J. B. saíam de carro pelos Cinco Conjuntos e outras regiões da cidade para testar o alcance do sinal de FM. Eu ficava sentadinho no estúdio para tocar as músicas e segurar a programação – recorda Amarildo.

Amarildo era um garoto arrojado. Gostava de se vestir bem e passear de moto pela cidade. Por diversas vezes, batia na porta dos diretores da rádio para pedir um “vale”.

– Na verdade, eu era um jovem impetuoso. Confesso que tinha dificuldades com dinheiro e gastava mais do que ganhava. Mesmo assim, os diretores da rádio eram compreensivos. Quantas vezes eu não entrei na sala do Valduir para pedir um “vale”? Ele sorria, me ajudava e também dava conselhos. Desde o começo, ele me tratava muito bem. Aliás, quem é que o Valduir não trata bem?

Trabalhando na Paiquerê, Amarildo teve por mestres os três homens de comunicação: J. B. , Spinosa e Valduir.

– Cada um deles me ensinava coisas importantes. J. B. , além de exímio radialista, é um vendedor talentosíssimo. Spinosa, apesar do jeitão espalhafatoso, é um homem acolhedor e generoso, com um incrível feeling para descobrir o que o povo gosta. Valduir, respeitado como um grande nome da propaganda, era o sujeito que combinava inteligência, criatividade e elegância no trato com as pessoas. Aprendi muito com esse trio. Não é por acaso que eles tiveram e continuam tendo sucesso.



Amarildo nasceu na Bela Vista do Paraíso; Carlos Martins Delgado nasceu na Bela Vista de São Paulo, também conhecida como Bexiga, o tradicionalíssimo bairro da colônia italiana e da festa de Nossa Senhora de Achiropita. Em 1987, o jovem administrador e consultor empresarial aportou em Londrina para trabalhar como gerente comercial no maior jornal da cidade. Uma característica de Londrina lhe chamou a atenção: no mercado de comunicação, geralmente marcado pelo confronto de vaidades e por um feroz egocentrismo, as pessoas falavam bem umas das outras! Por exemplo: Valduir Pagani e Pedrinho Scucuglia, donos das maiores agências de propaganda da cidade e detentores das maiores contas locais, eram amigos e elogiavam-se mutuamente. Tinha alguma coisa diferente na água dessa cidade.

Em 1995, Martins resolveu sair da Folha quando o jornal exigiu que ele trocasse Londrina por Curitiba.

– Se é para morar em Curitiba, eu prefiro voltar para São Paulo – disse ele aos diretores do jornal.

Ao deixar a Folha, Martins tirou férias para curtir uma viagem de lua de mel com a esposa. Quando voltou, havia um recado de

Valduir Pagani em sua secretária eletrônica:

– Martins, quero que você venha trabalhar comigo na Engenho.

Marcaram uma conversa na casa de chá Jasmim. O desafio proposto por Valduir era considerável: trabalhar com atendimento justamente numa agência que era conhecida pela excelência nessa área. Martins foi logo avisando:

– Valduir, você sabe que eu sou um cara radical. Na Folha eu consegui fazer um bom trabalho, mas cansei de quebrar o pau com todo mundo.

O Senhor da Engenho não se abalou. Tomou um gole de chá, sorriu e disse:

– É exatamente de você que eu preciso. Quando começamos?



Depois de algum tempo trabalhando como operador de áudio, Amarildo passou a atuar na área comercial da Rádio Paiquerê FM. Em suas visitas a empresas locais, o jovem consolidou a imagem de Valduir Pagani e da Engenho como referências do mercado de comunicação em Londrina.

– A Engenho e a CGD, de Pedrinho Scucuglia, tinham as melhores contas da cidade. Valduir tinha a Herbitécnica (hoje Adamá) e o Grupo Jabur. Pedrinho tinha a Viação Garcia. Ambos também faziam excelentes trabalhos para o poder público. E a qualidade das campanhas era extraordinária. Domingos Pellegrini era o redator da Engenho, preciso dizer mais alguma coisa?

Com o tempo e a experiência, o garoto do Jardim Bandeirantes foi adquirindo confiança para realizar o seu sonho: tornar-se um

empresário da comunicação, inspirado pelos seus três mestres.

Em 1993, ao completar 30 anos de idade, Amarildo comprou a pequena Rádio Tabajara – justamente aquela em que ele estagiara por três meses, no começo de tudo. O pai de Amarildo, marceneiro, construiu nos fundos da rádio uma edícula de madeira em que funcionava o departamento de jornalismo – e onde o autor deste livro teve um de seus primeiros empregos como “repórter da cidade”.

No ano seguinte, Amarildo deu um passo ousadíssimo: transformou a velha Tabajara em CBN Londrina, ligada ao Sistema Globo de Rádio. Com a proposta inovadora de transmitir somente notícias, a Rádio CBN Londrina foi a segunda do interior do Brasil e a primeira do Paraná. Hoje Amarildo é diretor da CBN Curitiba; seu filho Guilherme dirige a emissora em Londrina.

De operador de áudio a grande empresário da comunicação, Amarildo manteve a amizade e a parceria com o mestre Valduir Pagani.

– Se eu não tivesse tido as portas abertas por pessoas como o Valduir, o J. B. e o Spinosa, jamais teria conseguido chegar aonde estou. Tenho muito orgulho de ter saído da cadeira de operador de som para hoje ser recebido como diretor da CBN na Engenho – diz Amarildo.

O mais notável é que o garoto que pedia vales e o grande empresário da comunicação foram tratados por Valduir com a mesma cordialidade, o mesmo respeito e o mesmo profissionalismo.

– Hoje, olhando para todos esses anos de amizade com o Valduir, o que eu sinto é uma gratidão enorme: pelo convívio,

pela parceria, pela experiência.



Carlos Martins é um profissional de alta qualificação. Estudou marketing de software nos Estados Unidos, especializou-se em gestão de relacionamento com o cliente, mergulhou de cabeça na área de TI, ofereceu consultorias para empresas de todo o Brasil e trabalhou por muitos anos com o CNPq.

Dentro desse currículo notável, uma das escolas mais importantes para Martins foi a Engenho Propaganda. Nos dois anos e meio em que ele atuou na agência – entre 1995 e 1997 – Martins teve uma espécie de pós-graduação em atendimento, em que o orientador atendia pelo nome de Valduir Pagani.

– O Valduir sempre teve um atendimento magnífico. O que mais me impressionava era a credibilidade que ele passava ao cliente. Ele defendia muito bem as próprias ideias, defendia a equipe e transmitia muita confiança. O cliente sabia que o Valduir nunca deixaria ninguém na mão. E, se houvesse um B.O., ele estaria lá para ajustar as coisas e buscar uma solução.

Outra característica que Martins observou no Senhor da Engenho é a permanente disposição em ensinar, em repassar conhecimento. Valduir nunca teve medo de ensinar, tanto é que vários profissionais saíram da Engenho para criar suas próprias agências.

Mesmo durante as crises – comuns no ambiente da propaganda –, o Senhor da Engenho jamais perdia a classe:

– Nesses anos todos de convivência, eu nunca vi o Valduir levantar a voz. Mesmo quando rompia contratos ou fazia destratos, ele se

sentava educadamente e conversava. Com isso, ele nunca fechou portas.

Quase 30 anos depois daquele chá no Jasmim – e depois de inúmeros trabalhos em parceria –, os velhos amigos se reencontraram para conversar. Em poucos minutos, listaram mais de 30 agências de propaganda que abriram e fecharam as portas nos últimos anos, enquanto a Engenho seguia firme. Juntos, eles lembraram a operação de guerra montada quando o Catuaí Shopping Center abriu concorrência para escolher sua nova agência de publicidade.

– Eu me lembro que toda a equipe da agência passou duas semanas vivendo, comendo e respirando aquela concorrência. Montamos faixas de boas-vindas, fizemos camisetas e cartazes. Organizamos um megaevento para receber os diretores do shopping na agência – tudo sob o comando do Valduir, que cuidava minuciosamente para que tudo estivesse perfeito. E o que você acha que aconteceu? Ganhamos a conta! Essa dedicação do Valduir por tudo que faz explica por que a Engenho chegou aos 50 anos. Valduir é um tiranossauro que chegou à era dos mamíferos – e continua se alimentando. É uma lenda viva.



CAPÍTULO 14

A VELHA GUARDA

*“Carma, assim é a vida
quanto mais longa
mais cumprida”*

(Domingos Pellegrini)

Waldemar de Souza e Enio Souza Turques são os funcionários mais antigos da Engenho Propaganda, testemunhas da trajetória da empresa desde a década de 70. “Somos a velha guarda da Portela”, brinca Waldemar. O jornalista Chico Amaro vê os dois veteranos como patrimônios da Engenho, figuras inseparáveis da história da agência. Responsável pela parte administrativa e financeira da Engenho, Waldemar está longe de ser o “burocrata” que só pensa em números e planilhas. “Sempre foi um cara com senso crítico e humor, atento a tudo que se passava, participante do mundo de ironias e eventuais raivas do pessoal da criação publicitária”, diz Chico. “Certamente ele e o Enio contribuíram muito para harmonizar o ambiente geral da agência nestes 50 anos.”

Nascido na localidade de Água da Abóbora, na zona rural de Ibiporã, Waldemar tinha na infância uma grande fascinação pelo rádio – aquela caixinha mágica de onde saíam vozes e sons de personagens invisíveis. Quando pequeno, Waldemar olhava pelas

frestas do aparelho para ver se o locutor não estava escondido ali dentro.

– O rádio funcionava com bateria, e a bateria era maior do que o rádio, com uns 30 centímetros de comprimento. Aquele aparelho cheio de falas e músicas mexia com a minha cabeça. Um dia, decidi que iria ser radialista.

Aos 14 anos, Waldemar mudou-se para Londrina e estudou mecânica de automóveis no Senai. Na escola, conheceu um extrovertido e bem-humorado estudante de tornearia chamado José Makiolke, que anos depois se tornaria um dos radialistas mais conhecidos da cidade – além de exímio imitador de Elvis Presley. (Está explicado por que Makiolke muitas vezes se referia a si mesmo como Zezão da Rosca Grossa, o Rei do Torno.)

Waldemar arrumou emprego numa oficina, mas não deu certo. “Eu não aguentava andar sujo de graxa.” Depois foi trabalhar como office-boy nas Casa Buri, perto do Hotel Monções. Ali, do outro lado da Praça Willie Davids, ficava a sede da Rádio Clube de Londrina. Certo dia, Waldemar tomou coragem e foi até a rádio, onde conversou com um locutor chamado Paulo Roberto. O radialista lhe disse:

– Se você quiser aprender a ser operador de áudio, pode vir. Não tem salário, não tem nada. E mais um detalhe: o meu programa começa às cinco da manhã.

No dia seguinte, Waldemar estava na rádio, antes de o sol nascer. Meses depois, surgiu uma vaga e o menino da Água da Abóbora pediu as contas na Casa Buri para iniciar sua trajetória no mundo do rádio e da comunicação. Foi nessa época que ele conheceu o jovem e talentoso radialista chamado Valduir Pagani,

que apresentava os programas de maior sucesso na emissora. Trabalhando como operador de áudio, Waldemar tornou-se amigo daquele locutor que, com seu vozeirão inconfundível, introduziu a bossa nova e o iê-iê-iê numa programação até então dominada pelos ídolos da canção como Nelson Gonçalves, Ângela Maria e Carlos Galhardo. Era uma brasa, mora?



Enio Souza Turques, recém-casado, trabalhava com Seu Durval, o sogro de Valduir. Durval era um empresário com atuação em diversos campos. Seu escritório ficava logo na entrada do Centro Comercial de Londrina, ao lado da Sorveteria Roma. Lá ele tocava uma imobiliária, fazia representação da Enciclopédia Barsa e comercializava tecidos em municípios da região. A função de Enio era rodar as cidades do Norte do Paraná fazendo cobranças (das mensalidades da Barsa) e entregas de tecido.

– Era um trabalho cansativo, eu viajava muito. Às vezes ficava 20, 25 dias na estrada, longe da família. Foram quatro anos trabalhando assim, até que um dia o Valduir me chamou para conversar.

Corria o ano de 1976. A Engenho, que começara na sobreloja do escritório de Seu Durval, tinha se mudado para um novo endereço, na Rua Alagoas, perto do Cemitério São Pedro.

Embora não precisasse mais viajar, Enio logo percebeu que a sua nova função não seria fácil. Em vez de fazer cobranças e entregar tecidos, ele agora se tornara peça-chave nas produções da agência.

Enio era um faz-tudo na agência. Para produzir uma sessão de

fotos, por exemplo, era necessário ir até o campo, escolher o local adequado e às vezes capinar o mato. A Engenho fazia fotos e filmagens não apenas em toda a região, como até no Estado de São Paulo.

Para editar os filmes publicitários, a coisa era ainda mais complicada. Naquele tempo não havia produtoras de vídeo como existem hoje; era preciso emprestar os estúdios das emissoras de televisão. E isso só era possível no período da madrugada.

– Muitas e muitas vezes nós viramos a noite fazendo edição de peças na TV Coroados ou na TV Tibagi. Era preciso esperar até meia-noite, quando se encerrava a programação do dia, e terminar a edição antes das seis da manhã. Se a gente não conseguisse terminar o material, tinha que voltar na madrugada seguinte.



A Rádio Clube de Londrina pertencia às Emissoras Coligadas, um pool de 27 rádios cuja sede ficava na Rua 24 de Maio, no centro de São Paulo, entre a Praça da República e o Teatro Municipal. No final dos anos 60, Waldemar decidiu mudar-se para São Paulo e, levando uma carta de apresentação da diretoria da Rádio Clube, conseguiu uma vaga para trabalhar nas Coligadas. Foi ali que o operador de áudio mudou de departamento e passou a atuar com administração e finanças.

– Comecei por baixo, trabalhando como calculista. Depois me tornei um dos responsáveis pelas finanças da empresa. Éramos três funcionários no setor; cada um ficava responsável por nove rádios.

São Paulo foi uma escola de vida para Waldemar. Ele morou na

capital paulista por quase uma década. Quando sentiu saudades de Londrina, foi recebido de braços abertos por um velho amigo: o agora publicitário Valduir Pagani, proprietário da Engenho Propaganda.

– O Valduir sempre me ajudou muito, desde o tempo em que eu era operador de áudio dos programas dele. Quando ele me chamou para trabalhar na Engenho, em 1979, eu havia aprendido muita coisa nas Emissoras Coligadas. Com isso pude implantar todo o sistema de pagamentos, recebimentos e faturamentos da Engenho.

Na agência, Waldemar conheceu de perto Domingos Pellegrini, cujo trabalho ele acompanhava há tempos, pelos textos publicados na Folha de Londrina.

– Eu lia as crônicas e os poemas do Pellegrini no jornal e ficava me perguntando de onde ele tirava tanta inspiração. Na Engenho, vi como era o seu processo criativo. Ele chegava à agência às oito e meia da manhã, pegava os jobs com o Enio, depois saía para “tomar um sol” na beira do lago. Quando ele voltava, lá pelas três da tarde, sentava diante da máquina de escrever e produzia um texto impecável.

Waldemar e Enio contam que Domingos era vítima frequente das brincadeiras dos colegas de agência, como no já citado episódio em que colocaram uma pilha de tijolos no lugar das rodas do carro do escritor. No final da tarde, quando todos saíam para tomar umas cervejas em algum bar das redondezas, o carro de Domingos simplesmente não saía do lugar.

– Vamos, Dinho! Vamos!

O mais surpreendente é que Pellegrini, tido como brigão nos meios políticos e jornalísticos da cidade, levava as brincadeiras dos colegas na esportiva.

– Ele nunca brigou com a gente. Dava risada junto – diz Enio. – Aqui sempre foi assim: trabalho e festa.

Domingos Pellegrini também tem boas lembranças de sua convivência com a velha guarda da Engenho. Ele admirava Enio, o factótum da Engenho, por estar sempre pronto e disposto a ajudar em todas as atividades da agência.

– Ele sempre foi o braço direito de Valduir, aquele que estava presente quando era necessário.

Por várias vezes, o escritor observou Valduir e Waldemar reunidos no final da tarde. Depois o escritor descobriria por quê:

– Em meses ruins, sem ninguém saber, Valduir solicitava ao Waldemar que fizesse empréstimos bancários para pagar os salários do pessoal. Eu nunca vi atraso de salário na Engenho.



Em 1985, Valduir comprou o seu primeiro computador para a Engenho. Era um equipamento pesado e misterioso, com 4 megas de memória – uma pequeníssima parte do que hoje cabe em um celular. Enio não poderia imaginar que aquele equipamento, dentro de alguns anos, passaria a ser a principal ferramenta de trabalho da agência. Tudo que ele ajudara durante as primeiras décadas da agência – montagem de arte-final, ampliação e redução de fotos, conserto de texto, fotolito, paste-up – passaria por aquela telinha.

Mas existe algo que o computador jamais vai substituir: a alma humana. Waldemar e Enio, os velhos guerreiros da Engenho, representam o elemento essencial para a vida de qualquer empresa. Na Engenho, após décadas de trabalho e lealdade, eles encontraram aquilo que o menino Waldemar procurava dentro do rádio nos tempos da Água da Abóbora. *“Porque onde está o teu tesouro, lá também está teu coração.”* (Mt 6, 21)



CAPÍTULO 15

EU *QUERO* QUE
VOCÊ SEJA
MUITO FELIZ

*“O justo agradou a Deus, e
Deus o amou.”*

(Livro da Sabedoria)

Corifeu de Azevedo Marques era o astro do Jornal Falado Tupi. O jovem Ricardo Spinosa, morador de Paraguaçu Paulista, região algodoeira do Estado de São Paulo, gostava de sintonizar a Rádio Tupi para ouvir os comentários de Corifeu, que combinava seriedade e humor na medida certa. Certo dia, um diretor da Rádio Piratininga de São Paulo entrou em contato com Ricardo e fez um convite inesperado:

— Menino, nós estamos criando um noticiário chamado Rotativa no Ar para concorrer com o Jornal Falado Tupi. Você não quer fazer uns comentários sobre a sua região, para a gente levar ao ar no domingo?

Foi assim que Ricardo Spinosa iniciou sua carreira no mundo da comunicação. Sua voz foi ouvida nos alto-falantes da praça da matriz, onde os jovens da cidade faziam o footing. Ricardo nunca vai esquecer aquele dia: era um domingo, 23 de novembro de 1957. Orgulhoso por ter falado em um rádio de São Paulo, o rapaz foi ao cinema naquela noite. No entanto, foi expulso da

sala porque o filme era proibido para menores de 18 anos e ele ainda tinha 17. Spinosa relembra, aos risos:

— O nome do lanterninha eu guardo até hoje: Alberto Sonsini. No dia em que estreei no rádio, ele me expulsou do cinema!



Ricardo Spinosa desembarcou em Londrina em 2 de janeiro de 1967 para trabalhar como gerente da Rádio Clube. Logo nos primeiros dias, ele precisou chamar um técnico para consertar o transmissor da rádio e foi apresentado a Helmut Bayer, que trabalhava em outra emissora da cidade, a Alvorada. Tornaram-se amigos.

Certa manhã, Helmut encontrou Ricardo na esquina da Rua Minas Gerais com a Alameda Miguel Blasi, na porta das Casas Fuganti.

— Ricardo, que bom te encontrar. Você faz locução?

— Faço, sim.

— Pois é. Estamos precisando hoje de um locutor para o nosso jornal do meio-dia. Você topa?

Ricardo topou. Ao entrar na sede da Rádio Alvorada — que ficava no Edifício Júlio Fuganti — encontrou o jovem locutor com quem apresentaria *O Mundo em Notícias*, programa líder de audiência em Londrina. Seu nome, Valduir Pagani.

— Naquele dia nasceu a minha amizade com o Valduir. Nunca me esquecerei do texto que gravamos juntos, redigido pelo Romeu Curi. Ser parceiro de voz do Valduir Pagani foi uma grande realização profissional para mim. Ele era o maior nome

do rádio londrinense.

Romeu Curi tinha desenvolvido um estilo de redação muito marcante, em que a última palavra de uma notícia era a primeira da notícia seguinte. A parceria entre Valduir e Spinosa começou pontuada por estas palavras:

O homem...

A vida...

O tempo...

O futuro...

Ali, diante do microfone da Rádio Alvorada, Ricardo Spinosa percebeu que a sua vida seria dedicada à comunicação. O gerente de rádio se tornaria um dos comentaristas mais populares do rádio e da televisão locais – o Corifeu de Londrina. E o locutor se tornaria o mais importante publicitário da cidade.



Para Spinosa, uma das qualidades que definem seu amigo Valduir Pagani é a *lhaneza*. Essa palavra em desuso, encontrada nos clássicos da literatura, significa “afabilidade, candura, sinceridade” — o exato oposto da afetação e do fingimento.

— Valduir é um exemplo de cavalheiro, impecável no tratamento com os clientes, com os colaboradores e com os amigos. Creio que esse é o principal motivo do sucesso da Engenho nestes 50 anos. As pessoas confiam na Engenho porque o Valduir inspira confiança.

No final dos anos 70, Valduir e Ricardo Spinosa estreitaram ainda

mais os laços profissionais que já eram fortes — a Rádio Paiquerê, de Spinosa e J. B. Faria, e a Engenho Propaganda funcionavam no mesmo endereço, na Avenida Higienópolis, às margens do Igapó.

Em uma ensolarada tarde londrinense, Valduir encontrou Ricardo na calçada da Higienópolis e disse ao amigo:

— Ontem à noite eu estava mexendo no rádio lá em casa e sintonizei uma emissora chamada Morada do Sol, de Araraquara. Rapaz, você precisava ouvir essa rádio! Que som maravilhoso. É *frequência modulada*.

Spinosa ficou curioso e resolveu pesquisar o assunto. Em poucos meses, conseguiu provocar a publicação de um edital para abertura de rádios de banda FM em Londrina. Apareceram cerca de 20 grupos interessados — e cinco obtiveram a licença para operar. Um dos grupos selecionados era formado pelos já mencionados Ricardo Spinosa, J. B. Faria, Oscar Alves e Valduir Pagani.

A nova rádio foi registrada com o nome oficial de Sistema Paranaense de Comunicação Ltda. Os sócios se reuniram para decidir qual seria o nome de fantasia da emissora.

— Rádio Pérola — sugeriu Oscar.

— Rádio Líder — arriscou Ricardo.

— Rádio Cidade — tentou J. B.

Valduir estava em silêncio, no canto da sala. De repente, voltou-se para os amigos:

— Pessoal, nós já temos a Paiquerê AM. Por que não *Paiquerê FM*?

E assim foi batizada a nova emissora, que começou a operar em 5 de maio de 1979. No começo, havia uma norma não-escrita de que rádios FM deveriam tocar apenas música orquestrada. Diversas vezes Ricardo saiu pela cidade procurando amigos que emprestassem long-plays de orquestras. Depois, em um passo ousado, a rádio passou a tocar repertório de MPB, mas não deu certo — a audiência continuava baixa. Por fim, veio a revolução: em 28 de fevereiro de 1986, “em um momento de loucura”, Spinosa passou a tocar música sertaneja. Foi um sucesso! Até hoje a Paiquerê FM é líder de audiência.

Uma das primeiras canções que caíram no gosto do público foi Julieta, de Sandro Becker:

Julieta tá, tá me chamando

Julieta tá, tá me chamando

(Julieta tá, tá me chamando)

(Julieta tá, tá me chamando)

Spinosa relembra:

— O público pedia tanto essa música que eu tive que programar para tocar de hora em hora.

Inicialmente operando com mil watts, depois 5 mil, depois 10 mil, depois 50 mil, a Paiquerê FM hoje operando com 60 mil watts, o que a torna uma das três rádios mais potentes do interior da Região Sul.



Há cerca de 30 anos, numa de suas frequentes viagens para São Paulo, onde comprava equipamentos para a rádio, Spinosa estava fazendo a barba em um quarto de hotel, com o rádio ligado (um

velho hábito). Ao final do noticiário, o locutor disse:

— Termina aqui mais uma edição do jornal da manhã. *Seja feliz*,

Ricardo parou de fazer a barba naquele momento e pensou:

“Mas isso não é jeito de falar. *Seja feliz* – assim, sem ênfase, sem coração?”

Naquele momento, o comunicador teve um estalo e criou o bordão que o acompanharia por toda sua carreira como comentarista de rádio e televisão. E é com absoluta sinceridade que Ricardo Spinosa repete esse bordão no aniversário de 50 anos da Engenho Propaganda para homenagear o seu velho amigo Valduir Pagani.

— Ainda bem que Deus me deu a amizade de Valduir. Ainda bem que Deus me ensinou a admirar o Valduir. Ainda bem que até hoje eu cultivo os exemplos de lealdade, de coragem e de otimismo do Valduir. O Valduir de quem eu fui parceiro de voz. O Valduir que sabe ser cavalheiro. O Valduir que soube se conduzir irrepreensivelmente nas profissões de locutor e de publicitário. O Valduir que é marido, pai e avô exemplar. Valduir Pagani, hoje, mais do que nunca, *eu quero que você seja muuuito feliz!*

CAPÍTULO 16

O *SARGENTO* E O GENERAL

*“Nós somos da Pátria a guarda,
Fiéis soldados, por ela amados
Nas cores de nossa farda
Rebrilha a glória, fulge a vitória”*
(Canção do Exército)



Quartel da Polícia do Exército em Curitiba, 1975. Os recrutas assistem a uma aula teórica do Sargento Bellis, que explica o funcionamento do fuzil belga FAL (Fusil Automatique Léger). Com a arma nas mãos, diante da turma, o militar gaúcho mostra como se faz:

— Empunhei o fuzil...

— *Amém.*

— Enquadrei a alça de mira...

— *Amém.*

O sargento interrompe a explicação, olha para a turma e pergunta com voz de comando:

— Quem foi o animal que disse *amém*?

Um dos recrutas se levanta. É um rapaz alto e muito magro, com sotaque do interior.

— Fui eu, sargento. O sr. me desculpe a brincadeira infantil.

— Soldado Nobre... Agora você vai assistir a aula aqui, de pé.



O Exército foi uma escola para Paulo Nobre. A partir daquele incidente na aula, o jovem londrinense, vindo de uma família humilde da Vila Nova, tomou gosto pela vida militar. Estudou com afinco e se aproximou do Sargento Bellis, tornando-se praticamente o seu braço direito. Descobriu que Bellis fora campeão nacional de tiro; o sargento era capaz de acertar uma caixinha de fósforo colocada a vários metros de distância com tiros de pistola, sem errar um só. Os soldados paravam para ver o espetáculo de Bellis atirando.

Certa vez, Nobre estava com dificuldades para aprender a atirar de fuzil. Empunhava a arma, enquadrava na alça de mira, atirava... mas nada de acertar o alvo. O Sargento Bellis então disse:

— Não se incomode, Nobre. No mês que vem a gente vai usar outra arma, um dia você vai descobrir a sua.

Paulo Nobre se lembra daquela frase até hoje.



Depois de cinco anos na Polícia do Exército, Paulo Nobre deu baixa com a patente de cabo, levando consigo muitas lições de disciplina, respeito, honradez, patriotismo e camaradagem. De volta à vida civil, passou em um concurso de fiscal do antigo Instituto Nacional de Pesos e Medidas (atual Inmetro) e voltou para sua cidade natal, Londrina. Mas alguma coisa dizia que o seu destino não estava no funcionalismo público. À noite, depois do

expediente, o jovem que gostava de rock fazia locução de alguns programas na Rádio Folha FM. Às vezes também gravava spots de propaganda para a emissora. Mas os textos não eram bons, não tinham ritmo, nem concisão, nem ênfase. Paulo chamou Witney Macarini, diretor da rádio, e lhe fez uma proposta:

— Witney, eu acho que esses textos estão muito fracos. Posso escrever uns anúncios?

O diretor concordou em fazer uma experiência e logo viu que aquele rapaz levava jeito para a coisa. De sua Olivetti saíam textos objetivos, sintéticos, claros, que iam direto ao ponto. Anúncios com métrica e uma palavra de força em cada linha. Naquele momento, o mundo perdia um fiscal de pesos e medidas para ganhar um publicitário.

Tempos depois, Paulo Nobre foi chamado para trabalhar na Paiquerê AM, cuja sede ficava junto à Engenho Propaganda. Foi ali que Paulo conheceu de perto o publicitário Valduir Pagani, o principal nome da publicidade londrinense, o Senhor da Engenho. Rapidamente, Valduir percebeu o talento do rapaz para produzir bons textos publicitários e contratou-o como redator.

— Trabalhar na Engenho era uma honra. Baita agência! Tinha grandes contas, era estruturada em departamentos, tudo direitinho: atendimento, criação, prospecção, tráfego, cada coisa no seu lugar. O Valduir tinha até um pequeno auditório para a apresentação de campanhas.

Naquele tempo o que não faltava era trabalho. Terminava um job, entrava outro, em um ritmo intenso de produção de anúncios para clientes como Jabur Pneus, Transparaná, Gevasco, Banco Financial, Herbitécnica e muitos outros. Paulo se desdobrava

para dar conta do volume de anúncios e, ao mesmo tempo, ia aprendendo lições de comunicação com as feras da Engenho.

De todos os profissionais com quem Paulo Nobre trabalhou na Engenho, o mais marcante foi Domingos Pellegrini.

— Eu sei que o Dinho é um escritor consagrado. Mas, para mim, ele é acima de tudo um publicitário.

Certa vez, Paulo e Domingos estavam trabalhando em uma campanha extremamente desafiadora. O objetivo era combater a ideia de que o defensivo agrícola era algo negativo e prejudicial. Paulo redigiu uma série de textos mostrando a importância dos defensivos para a produtividade do campo e para colocar alimentos na mesa das pessoas. Só faltava uma coisa.

— Dinho, eu preciso de um título.

Domingos levantou-se de sua escrivaninha, agitou a caneta Bic entre os dedos e ditou:

— **Defensivo agrícola. Usando bem, tudo bem.**

A campanha da Herbitécnica foi um sucesso e ganhou dimensão nacional, sendo veiculada nas contracapas da Veja, revista de maior circulação na época.

O clima da agência, no entanto, era marcado pela descontração e o bom humor. Preparando um texto para a Herbitécnica, que depois seria passado a limpo pela secretária Teca, Paulo brincou com as palavras e transcreveu uns versinhos de Aldir Blanc:

Toca de tatu, lingüiça e paio e boi zebu

Rabada com angu, rabo-de-saia

Naco de peru, lombo de porco com tutu

E bolo de fubá, barriga d'água

No dia seguinte, Valduir chamou Paulo em sua sala e disse – com aquela voz séria de apresentador da TV Coroados:

— Paulo, eu gosto muito desse espírito brincalhão aqui na agência, mas tome cuidado. A Teca é muito ocupada, e às vezes algumas coisas passam batidas. Ontem tivemos uma reunião na Transparaná, e o Kentaro Takahara estranhou aquela história de “língua e paio e boi zebu” na campanha...

Naquele dia, Paulo pediu desculpas a Valduir como havia feito alguns anos antes, com o Sargento Bellis.



Então chegou a vez de Paulo chamar Valduir para uma conversa.

— Sabe, Valduir, eu gosto muito de trabalhar aqui na Engenho. Mas acho que chegou a hora de abrir a minha própria agência.

A reação de Valduir foi tão surpreendente que até hoje Paulo se emociona ao lembrar a cena.

— Paulo, eu acho que você está seguindo um caminho natural. Fico contente por você. Mas me permita um conselho. Fique mais dois ou três meses aqui na Engenho, para eu lhe mostrar melhor a dinâmica de trabalho de uma agência. Você precisa entender que a propaganda não é só jogo de palavras, é muito mais do que isso. A criatividade é importante, mas antes existe um passo fundamental: o planejamento, a estratégia.

Naqueles três meses a mais em que Paulo permaneceu na agência, Valduir lhe ensinou a importância do planejamento para a vida de uma agência de propaganda. Até hoje ele se lembra do

dia em que Valduir montou a estratégia para o posicionamento da Herbitécnica... numa mesa de sinuca. Eram sete bolas: três representavam o arrazoadado, e quatro representavam a execução.

— Até hoje eu faço isso no planejamento dos meus clientes!

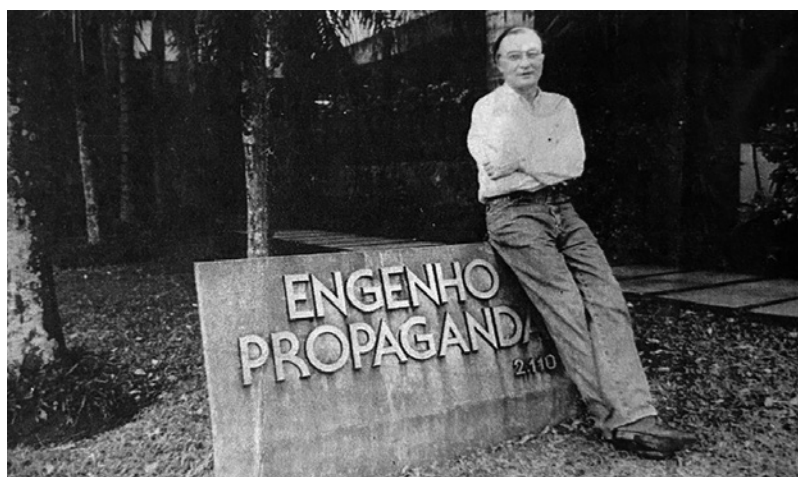
Mas as lições de Valduir não se limitavam às questões estratégicas. Para Paulo Nobre, a Engenho também foi uma escola de comportamento ético, respeito à atividade do publicitário, transparência com os clientes. Formada nessa escola, a Nobre Propaganda é uma das maiores agências do país no setor de agronegócio, atendendo gigantes como a Syngenta e a Basf.

— Foi a experiência com a Herbitécnica na Engenho que me aproximou do agro. Lá é que eu aprendi o valor da coragem e do posicionamento na defesa do setor. Na juventude, o Exército foi importante em minha formação, e eu nunca me esqueci das noções de hierarquia, respeito, disciplina, comando, camaradagem, entrega. Mas, na profissão que escolhi, o Valduir foi mais do que um instrutor. Ele é o meu general.

CAPÍTULO 17

OS *MENINOS* DA ENGENHO

*“O tempo presente e o
tempo passado
Estão ambos talvez
presentes no tempo
futuro”
(T.S. Eliot)*



Era o fim de uma tarde de sexta-feira — o dia e a hora em que normalmente são anunciadas as demissões nas empresas. Valduir passou pela recepção e parou à frente da mesa de Isabela, que atendia um telefonema. Com um gesto, o Senhor da Engenho deu a entender que gostaria de falar com a moça. Assim que a ligação terminou, Valduir disse, com aquele inconfundível tom grave de locutor:

— Isabela, pode ir até minha sala assim que terminar o expediente? Quero conversar com você.

O coração da recepcionista gelou. “Alguma besteira eu fiz.” Diversas situações passaram pela mente de Isabela enquanto ela se dirigia à sala do Senhor da Engenho. Desde criança, ela sempre quis trabalhar com a área de comunicação. Dona de uma personalidade extrovertida, com facilidade para falar e escrever, estudou Marketing na Faculdade Pitágoras. Para conhecer melhor o mercado de comunicação, aceitou um emprego de recepcionista na Engenho, a maior agência de Londrina.

Isabela foi andando lentamente. No caminho, passou pela sala em que ficam expostas as antigas máquinas de escrever e câmeras usadas nos tempos heroicos da agência. Em dois anos na Engenho, ela sentia orgulho por fazer parte daquela história, mesmo que em um papel coadjuvante. Quantas campanhas, quantos clientes, quantas parcerias, quantas boas ideias haviam circulado naquele ambiente? Mas agora isso tudo estava acabando. Com certeza, ela seria demitida.

Antes de chegar à sala de Valduir, Isabela fechou os olhos. “Seja o que Deus quiser.” Respirou fundo e entrou. O diretor tinha em mãos uma ficha cadastral. Ela se sentou diante dele, pronta para receber a notícia ruim. Mas o Senhor da Engenho disse:

— Isabela, você está há dois anos com a gente, certo?

— Sim, eu entrei em maio de 2014.

— Tenho observado o seu trabalho. Vejo aqui no seu currículo que você se formou em Marketing. Tem interesse em continuar na área da comunicação?

— Sim, Valduir, eu gostaria muito.

— Você já deve ter notado que temos tido uma demanda muito grande com a conta da Sercomtel. Que acha de fazer uma experiência e trabalhar na área de mídia?

Naquele momento, Isabela Balarin percebeu que estava entrando para a história da Engenho. Hoje ela é a assistente de mídia na agência.



Eduardo Gouveia cursou Engenharia da Computação por três

anos, mas a certa altura percebeu que não era exatamente aquilo o que queria para sua vida. Em 2005, trancou a matrícula na faculdade e começou a trabalhar como webdesigner no semanário *Paraná Shimbun*, voltado à comunidade nipo-brasileira de Londrina. Ele era responsável pelo site do jornal. Eventualmente, também ajudava na organização dos eventos promovidos pela empresária Mahoko Kasuya, diretora do *Paraná Shimbun*. Às vésperas de um desses eventos — o Top Nikkey —, houve uma grande demanda por produção de anúncios comerciais. Mahoko perguntou a Eduardo:

— Você acha que consegue criar alguns anúncios no computador?

Eduardo resolveu tentar — e descobriu que levava jeito para a coisa. Pilotando com maestria o programa de desenho vetorial CorelDraw, ele trocou a internet pela arte. Em 2006, foi contratado pela Nobre Propaganda, onde passou um período de intenso aprendizado.

— Na Nobre eu trabalhei com profissionais que me ensinaram muito: Rodrigo Guerra, Eliel Amaral, Fernanda Benelli, além do Paulo Nobre e de sua esposa Fátima. Fiquei apenas oito meses na agência, mas foi uma escola para mim. A demanda era pesada, trabalhei bastante, mas também cresci como profissional.

Na época, Eduardo recebeu uma ligação do amigo Alexandre Makiolke, que havia trabalhado com ele no *Paraná Shimbun*. Makiolke perguntou se ele tinha interesse em trabalhar como diretor de arte na Engenho.

Era uma proposta interessante — e Eduardo resolveu tentar a sorte. Como teste, Valduir pediu a ele que desenvolvesse a arte de um stand da Sercomtel na Exposição Agropecuária de Londrina.

Eduardo fez o job e Valduir ficou muito satisfeito com o trabalho do rapaz. Assim, em 2006, Eduardo Gouveia foi contratado como diretor de arte da Engenho.

No ano seguinte, porém, o pai de Eduardo faleceu e ele teve que se mudar para Foz da Iguaçu para cuidar da mãe. Nessa hora difícil, Valduir mostrou toda a confiança que depositava no trabalho do jovem artista. Chamou Eduardo para conversar e disse:

— Vamos fazer o seguinte, Eduardo. Você vai para Foz, mas continua trabalhando para a Engenho. Eu vou lhe passar vários serviços.

Por dois anos, Eduardo trabalhou a distância para a Engenho, numa época em que o home office era algo bastante incomum. Em 2008, quando Eduardo pôde voltar para Londrina junto com a mãe, Valduir contratou-o pela segunda vez como diretor de arte.

— O que tem de diferente aqui na Engenho é a confiança e a liberdade que o Valduir oferece para todos que trabalham com ele — diz Eduardo.

— Ele trata a agência como se fosse uma extensão da família e reconhece quando as pessoas se comprometem a fazer algo mais do que o esperado — complementa Isabela Balarin.



Natural de Assis (SP), Mauro Sergio de Moraes iniciou sua carreira em Marília, onde estudou Comunicação nos anos 90. Adquiriu boa experiência como redator publicitário em várias agências no interior de São Paulo, até que recebeu o convite para trabalhar na

Boyband, em Londrina.

Em 2014, Mauro estava em outra agência da cidade, a Egg Comunicação Criativa, quando Valduir Pagani o chamou para trabalhar na Engenho. Logo no primeiro encontro, Mauro percebeu uma das características de Valduir: a capacidade de enxergar além do imediato.

— Mauro, eu vi seu portfólio e acho que você tem o perfil adequado para trabalhar na Engenho. Nós ganhamos uma concorrência da Sercomtel e vamos ter um aumento de demanda nos próximos anos. Você topa?

— Topo, sim.

Dias depois, quando Valduir e Mauro saíram juntos para participar de um briefing, o Senhor da Engenho confidenciou:

— Mauro, você foi um investimento.

E o investimento deu certo. Em quase dez anos de Engenho, Mauro participou de trabalhos memoráveis, com destaque para as campanhas da Sercomtel entre 2015 e 2018.

— Fizemos campanhas com a participação de personalidades que tinham alguma relação com a cidade de Londrina, como o comediante Nelson Freitas, a atriz e apresentadora Máisa Silva e o locutor de rodeios Marco Brasil. Produzimos vídeos, peças gráficas, outdoors, fizemos até storyboard. Foi uma experiência inesquecível.

Para o diretor de criação da Engenho, o segredo dos 50 anos está na rara combinação de “talento, profissionalismo e braço firme” que emanam da personalidade de Valduir Pagani:

— A Engenho tem o seu nicho de atuação e se sustenta com uma bravura notável. As agências hoje em dia abrem e fecham com uma rapidez assustadora. E o Valduir passou por todas essas oscilações e crises — 2008, 2012, pandemia — sem perder a identidade.

Isabela, Mauro e Eduardo representam a nova geração que mantém essa identidade cinco décadas depois do dia em que Valduir Pagani resolveu abrir uma agência de propaganda na salinha da sobreloja do Centro Comercial. Eles são os meninos da Engenho.

CAPÍTULO 18

O *SENHOR* DAS CÂMERAS

*“Não preciso de uma máquina do tempo
quando tenho uma câmera.”*

(Autor desconhecido)



Aos 16 anos, Airton conseguiu um emprego de revisor de filmes na TV Tibagi de Apucarana. Certo dia, o funcionário que operava o projetor do telejornal ficou doente e não apareceu para trabalhar. Emerson, o chefe de jornalismo, precisava de alguém para trocar os filmes entre uma notícia e outra. Naquele tempo — início dos anos 70 —, todas as imagens externas eram filmadas em 16 mm, em negativo preto e branco, sem áudio. As matérias eram narradas ao vivo pelo locutor na cabine de som ou pelo apresentador no estúdio; entre uma matéria e outra, era preciso que alguém trocasse o filme no imenso projetor RCA TK 27, maior e mais pesado do que duas geladeiras. Emerson passou os olhos pelo estúdio e deu com o garoto franzino que fora contratado semanas antes. Airton estava arquivando alguns rolos de filmes quando ouviu a voz do chefe:

— Ei, garoto!

— Quem, eu?

— Você mesmo.

— Precisando de alguma coisa, Emerson?

— Você acha que consegue trocar o filme do projetor entre uma notícia e outra?

— Se o senhor me ensinar...

Emerson chamou o menino, que perto do projetor parecia um Davi diante de Golias, e lhe mostrou o que deveria fazer: entre as matérias, ele tinha cinco segundos para trocar o filme no TK 27.

— Cinco segundos, hein, garoto?

Airton aprendeu rápido; levava três ou quatro segundos para fazer a troca de filme. Quando o telejornal terminou, Emerson cumprimentou o novato:

— Parabéns, você *tá cobra* no negócio!

Uma semana depois, faltou o operador de VT, e Airton o substituiu com a mesma eficácia. Um japonês que trabalhava no estúdio sentenciou:

— O garoto é cobra, mas o apelido vai ser *Cobrinha*, porque ele é muito pequeno, menor que o projetor.

A partir desse dia, Airton virou o Cobrinha. Cinquenta anos depois, pouca gente sabe o seu nome de batismo.

— Quando eu ouço “Airton Soares”, já sei que é banco, telemarketing ou cobrança...

O primeiro contato de Cobrinha com a Engenho Propaganda se deu ainda na TV Tibagi de Apucarana, quando a agência

produziu alguns comerciais utilizando a estrutura da emissora. A produção desses filmes era sempre intermediada por Mulan, um funcionário da Engenho enviado por Valduir Pagani. Na época, a Engenho de Valduir já era a principal referência em publicidade no Norte do Paraná, juntamente com a CGD de Pedrinho Scucuglia. Mulan às vezes ia até a casa de Cobrinha e o acordava de madrugada para editar os comerciais.

Em 1976, quando a TV Coroados, além da TV Tibagi, ainda pertencia a Paulo Pimentel, houve uma reestruturação do trabalho de produção de comerciais de ambas as emissoras e Cobrinha veio para Londrina com outros profissionais da Tibagi, como José Rui e Carlos Pedroso, com os quais morou numa república. Inicialmente, Cobrinha atuou como editor de videotape. Depois, passou a supervisor de operações, gerente de produção e coordenador de programação. Ainda muito jovem, Cobrinha tornou-se um dos profissionais de imagem mais conhecidos e respeitados em Londrina.

Juntos, Cobrinha e Valduir produziram juntos inúmeros comerciais de TV. Desde o começo, houve uma sinergia entre os dois profissionais. Cobrinha se lembra de um filme gravado para a Herbitécnica, um dos principais clientes da Engenho nos anos 80, em que eles levaram um grande grupo de atores — representando agricultores — para o estúdio da Coroados e passaram a madrugada inteira gravando o comercial de um defensor agrícola chamado Lance:

— O Lance é o seguinte... O Lance é isso... O Lance é aquilo... O Lance é a salvação da lavoura...

E foram dezenas, centenas de comerciais gravados com o mesmo

entusiasmo e o mesmo profissionalismo. Transparaná, Jabur Pneus, Jabur Taxi Aéreo, Herbitécnica, Hidrotécnica, Nortox, Sercomtel, Igapó Veículos (Chevrolet), Rotec (Chevrolet), Marajó (Fiat), Norpave (Volkswagen), Fred Magajeans, Feirão de Londrina, Gigante da Sergipe — todas essas empresas passaram pelas lentes do Studio Cobra (hoje Studio S), em produções da Engenho Propaganda capitaneadas por Valduir Pagani. Isso para não falar na antológica série de comerciais do Ligeirinho da Gevasco, que já abordamos no capítulo 5 deste livro. Muitas vezes, era preciso sair a campo para gravar:

— Lembro uma vez que gravamos dez comerciais para a Transparaná, que era revendedora da Massey Ferguson na região. Eu e Valduir fomos para as fazendas, colhemos depoimentos de agricultores em diversos lugares e o resultado ficou muito bom.

Em 1984, Cobrinha deixou a TV Coroados para virar freelancer em produção de vídeos. Imediatamente, foi procurado por Valduir, que deixou as coisas bem claras:

— Cobrinha, vamos continuar trabalhando juntos. Se quiser, posso até montar uma salinha na Engenho só pra você.

Não foi preciso montar a salinha. Cobrinha vivia na agência, participando de reuniões com Valduir, redatores e diretores de criação da Engenho, tais como Domingos Pellegrini, Carlão Macchia, Chico Amaro, Paulo Nobre, Ibsen Valdrighi, Ludovico Bonato e outros.

— O papel aceita tudo. Às vezes, o pessoal da criação fazia uns roteiros malucos. Minha tarefa era colocar os pés no chão e mostrar o que era tecnicamente possível de fazer com os recursos da época...

Cobrinha sente-se muito grato a Valduir pelo apoio que recebeu ao sair da TV Coroados. “Ele sempre foi um paizão para todo mundo”, diz o mago das imagens. E relembra um episódio que o marcou bastante: nos anos 70, quando o veterano Hiram de Hollanda deixou a TV Tibagi, onde exercia a função de diretor, Valduir o chamou para trabalhar na Engenho. “Valduir é assim, ele acolhe as pessoas.”

No início dos anos 90, Cobrinha resolveu dar um passo ousado: vendeu a casa em que morava para comprar sua primeira câmera profissional, uma 325 da Sony, com um gravador de áudio Matic tão pesado que era havia um assistente só para carregá-lo.

— Vendi minha casa para comprar minha câmera. E não me arrependi. Foi aí que minha carreira começou a alavancar.

Cobrinha gravou diversos documentários, continuava a ser a maior referência em comercial de TV em Londrina e, em 1992, participou da vitoriosa campanha de Luiz Eduardo Cheida à Prefeitura de Londrina. Mas em nenhum momento deixou de trabalhar em parceria com Valduir Pagani e a Engenho. Lado a lado, eles se consolidaram ao longo dos anos como os principais nomes da publicidade e da produção de vídeos em Londrina. Duas lendas da comunicação.

As trajetórias de Cobrinha e Valduir possuem muitas semelhanças: ambos se adaptaram, nas últimas cinco décadas, à evolução tecnológica da comunicação. Se o trabalho na Engenho era quase artesanal nos primeiros anos da agência, em seus primeiros anos de televisão Cobrinha conheceu os velhos filmes em bitola 16mm, que eram revelados em laboratório no próprio estúdio. Assim como Valduir guarda orgulhosamente as máquinas de escrever

utilizadas pelos redatores da Engenho, Cobrinha mantém em casa os equipamentos que utilizou durante a carreira: a velha Sony 325, a Betacam, a Panasonic e o Media 100 Macintosh, primeira plataforma de edição não-linear de imagens no Brasil.

As máquinas de Valduir e os equipamentos de Cobrinha são a galeria de troféus dos dois guerreiros. Aí está a prova de que o Senhor da Engenho e o Senhor das Câmeras escreveram juntos uma bela parte da história da comunicação no Paraná. É como se as máquinas dissessem:

— Parabéns, vocês são cobras no negócio!

CAPÍTULO 19

A RAZÃO DE SER

*“A coisa mais extraordinária do mundo
é um homem comum, com sua mulher
comum e seus filhos comuns.”*

(G. K. Chesterton, atribuída)



Dizem que a propaganda é a alma de negócio. Mas qual seria a alma da propaganda? A razão de ser da Engenho durante estes 50 anos está na família. A vida familiar de Valduir e Dirleni Pagani se confunde com a trajetória da Engenho — a ponto de ser difícil dizer onde começa a família e termina a agência. Ambas fazem parte do mesmo princípio.

A Engenho foi inaugurada em 13 de agosto de 1973, naquela minúscula sobreloja do Centro Comercial, espaço emprestado pelo sogro de Valduir. Apenas dois meses depois, nascia Rodrigo, o primogênito de Valduir e Dirleni; Carol, a segunda filha do casal, veio em 1975; e a caçula Juliana é de 1980. Todos os três, de alguma forma, praticamente nasceram dentro da agência e desde cedo tiveram contato com o mundo da publicidade.

Com 9 anos, Rodrigo foi chamado para estrear um comercial de TV da Exposição Agropecuária de Londrina. O filme — produzido pelo Cobrinha, é claro — mostra o menino caracterizado como apresentador de telejornal. O pequeno Cid

Moreira diz:

— *Notícias de última hora! A Sociedade Rural do Paraná contratou o Playcenter, o maior parque de diversões do Brasil, para a Exposição 83. São mais de 20 brinquedos diferentes. Tem brinquedo que a gente nunca viu, como o foguete Alpha X 100, que dá pra gente curtir uma tremenda viagem espacial. A Exposição vai de 2 a 10 de abril. Bom divertimento!*

Ao final, sobem os créditos da Exposição Agropecuária, exatamente como acontecia (e acontece até hoje) no Jornal Nacional. Só quem foi menino nessa época conhece o fascínio que as viagens espaciais exerciam sobre a mente da garotada. E o Playcenter, sediado em São Paulo, era nos anos 80 uma espécie de Disneylândia brasileira, também muito forte no imaginário da garotada. Com tudo isso, é claro que a campanha foi um sucesso. E Rodrigo ficou famoso na cidade como garoto-propaganda. Antes de gravar o comercial da Expo, Rodrigo já havia sido modelo em outras peças publicitárias da Engenho. Com apenas um ano, ele era o bebê loirinho sorridente nos anúncios da Casa Sakuma e do Colégio Canadá Júnior.

Mais tarde, Rodrigo se formou em Medicina pela Universidade Estadual de Londrina e hoje é um conceituado médico especializado em fertilidade humana em Miami, EUA. Mesmo não tendo seguido carreira na publicidade, Rodrigo segue sendo um importante conselheiro do pai na condução da agência.

— Rodrigo sempre foi uma referência para mim, pois é uma pessoa que está à frente do seu tempo.



As três mulheres da família estão presentes no dia a dia da

agência: Dirlene atua na área financeira; Carol, na mídia; e Juliana, no atendimento. Carol desde pequena foi uma apaixonada por dança, tendo estudado balé clássico por vários anos na academia Adanac. Formada em Desenho Industrial e Programação Visual na Unopar e pós-graduada em Marketing na UEL, começou a trabalhar na Engenho em 1995, auxiliando no tráfego e na arte. Uma de suas atividades prediletas era fazer a ampliação de filmes no laboratório fotográfico.

— Naquela época, não tinha Photoshop, era tudo na prancheta. Foi ali que eu criei logomarcas e papelarias para clientes da Engenho — conta Carol.

Mas esse envolvimento com a publicidade era algo que vinha sendo cultivado desde a infância. No início dos anos 80, Valduir e Cobrinha produziram um comercial para a Transparaná, lendária empresa concessionária de veículos e equipamentos agrícolas e uma das principais contas da Engenho na época.

O comercial tem como cenário uma escolinha rural. Diante da lousa, a professora diz aos alunos:

— *Crianças, hoje vamos estudar as coisas do campo que começam com a letra T. Pedrinho, você vai ser o primeiro. Diga uma palavra que começa com a letra T.*

O menino hesita, olha pela janela, contempla o cenário do campo e diz:

— *Terra!*

— *Agora você, Teresinha.*

A menina também olha pela janela e diz o que acabou de ver:

— *Trator!*

Outro garotinho emenda:

— *Trabalho!*

— *Quem falou trabalho?* — pergunta a professora.

— *Eu!*

— *Então diga mais uma!*

O menino repete as palavras anteriores: “Terra, trator, trabalho...”
De repente, encontra a resposta ideal:

— *Transparaná!*

— *Muito bem!*

Ao final, a imagem de um trator e o slogan: *Transparaná — Tudo para quem trabalha a terra.*

Embora a Engenho tenha contratado uma atriz e dois atores profissionais para interpretar os papéis principais, a maioria das crianças em cena eram da classe da Carol — inclusive ela. Podemos dizer que Carol exerceu quase todas as funções dentro da agência — até na frente das câmeras.



A caçula Juliana, que hoje trabalha com atendimento, também praticamente nasceu dentro da Engenho.

— Eu me lembro de brincar com as letras de decalque dos anúncios quando era pequena. Desde cedo eu gostava de ver essa paixão do meu pai pela propaganda, e acabei seguindo o caminho dele.

Formada em Marketing e Propaganda pela Unopar, com pós-graduação em Eventos, Juliana sempre atuou na área da comunicação. Durante alguns anos, apresentou a programa High na MultiTV de Maringá. Morou por um período na Itália e foi colunista social da Frizz. Mas, a exemplo dos irmãos, sua primeira experiência no mundo da publicidade foi em um comercial da Engenho.

Às vésperas dos Jogos Olímpicos de Seul, em 1988, a pequena Juliana fez o papel de repórter em um comercial da Cativa, empresa produtora de leite e derivados em Londrina. O objetivo da campanha era ressaltar as qualidades do leite tipo B. De microfone na mão, a pequena repórter loirinha de óculos diz:

— *Vamos descobrir agora o segredo dos futuros campeões. Vem comigo!*

Primeiro, Juliana entrevista uma garota ginasta:

— *Como você pretende conquistar a medalha olímpica daqui a dez anos?*

— *Tomando leite B, ora!*

Depois, ela aborda uma dupla de judocas mirins:

— *E vocês?*

— *Leite B!*

Em seguida, ela pergunta a um bebê nadador no colo da mãe:

— *E como você pretende ser um grande nadador.*

O bebê “responde”:

— *Má-má-má-má.*

A tradução vem nas legendas: — *Tomando leite B, claro!*

A campanha fez tanto sucesso em Londrina que as meninas da cidade passaram a imitar o corte de cabelo de Juliana.



Carol e Juliana participaram de campanhas memoráveis da Engenho. Alguns casos podem ser vistos como modelos de sucesso que marcaram a propaganda paranaense e fizeram o trabalho da Engenho chegar aos lares de milhões de brasileiros.

Em 1998, o governo federal promoveu significativas mudanças nas regras dos planos de saúde. Na mesma época, a TV Globo lançou um seriado de grande sucesso: *Mulher*. A história se passava em uma clínica para mulheres, chefiada por Dra. Marta Côrrea Lopes (Eva Wilma) e Dra. Cristina Brandão (Patrícia Pillar), duas ginecologistas extremamente dedicadas à profissão, que atendiam desde gestações e até casos de violência doméstica, doenças sexualmente transmissíveis e doenças raras, envolvendo-se com os dramas das pacientes.

Carol já cuidava da mídia da Engenho quando a agência decidiu dar um passo ousado: convidar a consagrada atriz Eva Wilma, que o Brasil inteiro associava à imagem de uma médica honrada e competente, para ser a estrela da campanha do plano de assistência médica Unimed. Eram três anúncios de televisão com 30 segundos de duração, levadas ao ar em horário nobre. O texto básico era o seguinte:

—Você sabe: a lei dos planos de saúde mudou, deixando as coberturas muito mais completas. Usuário da Unimed já pode escolher, entre a maior variedade de opções, um novo Plano Unimed. Com seu novo plano você vai garantir todas as vantagens da nova lei e a mais completa rede de serviços médico-hospitalares. Mude já para o seu Plano Unimed. Saúde não pode

esperar!

A campanha teve sucesso imediato, transformando a Unimed em sinônimo de plano de saúde no Paraná.

Outro case memorável foi a ação de merchandising para a JaburSat, uma empresa tecnológica de serviços de rastreamento de veículos e segurança de cargas rodoviárias. A JaburSat vinha registrando bons índices de crescimento no mercado, mas o desafio da Engenho era dar um salto adiante, levando o nome da empresa para todo o território nacional e conquistando o maior número possível de clientes com cargas pequenas, médias ou grandes.

A solução encontrada pela Engenho foi apostar no poder de influência das telenovelas. Na época, a Globo levava ao ar, no horário principal, a novela *Belíssima*, cuja enredo se desenvolvia em torno de uma poderosa marca internacional de roupas íntimas. Numa reunião da diretoria da empresa, estavam Júlia (interpretada por Glória Pires), presidente da *Belíssima*, e os diretores André (Marcelo Anthony) e Alberto (Alexandre Borges). A cena, com duração de pouco mais de um minuto, se desenrola assim:

JÚLIA: — Quero parabenizar o André pela excelente ideia que teve em contratar os serviços da JaburSat.

(Chega Alberto, atrasado.)

ANDRÉ: — Quero agradecer os cumprimentos da presidente e quero dizer também que graças ao rastreamento via satélite, como todos os senhores sabem, nós conseguimos localizar e recuperar toda a carga que estava no caminhão da Belíssima que foi roubado.

ALBERTO: — *Vocês estão falando daquela companhia de rastreamento de veículos, não é isso?*

JÚLIA: — *Isso: JaburSat.*

ANDRÉ: — *Como eu ia dizendo, o valor da carga roubada era de 300 mil reais. Só esse feito já justificou o valor investido no serviço.*

JÚLIA: — *Vocês vejam: nós tivemos retorno imediato com uma simples iniciativa. Mais uma vez parabéns, André. É de ideias assim que a Belíssima precisa. Um bom dia a todos, obrigado.*

ALBERTO: — *Júlia, antes de você encerrar, eu gostaria de sugerir que se exija os serviços de rastreamento também dos frotistas terceirizados que prestam serviço à Belíssima.*

ANDRÉ: *Ótima ideia, excelente ideia.*

JÚLIA: *Ótimo. Está aprovado. Por favor, acrescente à ata. Tenham todos uma boa tarde. Fico muito feliz, Alberto e André, que vocês estejam se dando tão bem. Isso é ótimo pra Belíssima.*

Para mostrar que os serviços de rastreamento da JaburSat eram acessíveis a todos os tipos de cargas, a cena deixou bem claro que não apenas grandes empresas como a Belíssima teriam a ganhar com contratação dos serviços, mas também as firmas menores. A *belíssima* ação de merchandising elevou a JaburSat ao patamar de empresa nacional, fazendo-a ocupar o 2º lugar em faturamento e o 1º lugar em quantidade de clientes no segmento em todo o Brasil. Além disso, pesquisas de mercado passaram a apontar a JaburSat como campeã no índice de satisfação dos clientes no setor.

Deu tão certo que a JaburSat resolveu fazer mais uma ação

de merchandising televisivo, no seriado *Carga Pesada*, em que Antônio Fagundes e Stênio Garcia interpretavam a inesquecível dupla de caminhoneiros Pedro e Bino. Pensando bem, a música-tema do seriado, eternizada na voz de Renato Teixeira, tem tudo a ver com os caminhos percorridos pela Engenho nestes 50 anos:

*Eu conheço cada palmo desse chão
é só me mostrar qual é a direção
Quantas idas e vindas,
meu Deus, quantas voltas
Viajar é preciso é preciso*

(...)

*Eu conheço todos os sotaques
Desse povo todas as paisagens
Dessa terra todas as cidades
Eu conheço a minha liberdade
Pois a vida não me cobra frete*



E assim vamos chegando ao final desta viagem por 50 anos de história da Engenho. Quando Valduir Pagani me convidou para escrever este livro, pediu que a obra tivesse 19 capítulos. Explicou-me que 19 é um número de sorte, o dia de seu nascimento (19 de dezembro) e do seu registro (19 de janeiro).

Depois de eu ter entrevistado tantas pessoas que ajudaram a fazer a história da Engenho (seria impossível ouvir todas!), Valduir me fez mais um pedido:

— Paulo, coloque a minha família no último capítulo. Porque, afinal, ela foi a razão de tudo.

Então, meu amigo Valduir, eu pensei em terminar essa história imaginando um dia em que a Dirleni foi até a agência, levando o Rodrigo, a Carol e a Ju, ainda crianças. Nas paredes, havia alguns quadros com a inesquecível campanha nacional para a Herbitécnica, em que Domingos Pellegrini utilizou títulos de clássicos do cinema e da literatura. Dirleni e as crianças andavam pela agência e liam os títulos dos quadros:

Os Sertões...

E o Vento Levou...

Como era verde o meu vale...

Adeus às ilusões...

Olhai os lírios do campo...

Então, um belo dia, a Engenho também se transformou em uma história, em um filme, em um livro.

Veja quem está aqui, Valduir!

Dirleni. Rodrigo. Carolina. Juliana. Felipe. Eduardo. Lucas. Guilherme.

E é o Guilherme, seu netinho de 3 anos, quem lhe entrega nas mãos um livro que homenageia o protagonista dessa história:

O Senhor da Engenho.

Londrina, setembro de 2021/fevereiro de 2023







Engenho Propaganda S/C Ltda

engenho

Engenho
PROPAGANDA

ENG Z NHO
PROPAGANDA

 engenho
propaganda, comunicação

 engenho
propaganda

CAPÍTULO 20



CONHEÇA ALGUNS *DOS* *NOSSOS TRABALHOS* AO LONGO DESSSES *50 ANOS*



JOÃO, MEU PAI

Eram muitos caminhões com armário de caixote,
guarda-roupas cobertos de poeira e torradores de café
cobertos de fuligem, esperança e gaiolas, tudo nos
caminhões.

Num deles veio meu pai, e trazia duas mãos.

Uma brigava com a outra: uma queria pegar no
cabo da enxada, outra queria erguer casa,

uma queria plantar e a outra derrubar mata.
E meu pai foi abrindo mata, foi plantando,

erguendo casa.

Geava — mas não nas mãos quentes de meu pai.

Elas sempre produziram o café — e o pão e a manteiga,
o arroz e o feijão, o remédio na doença,
a força na incerteza, a vida e o futuro.

As mãos de João, meu pai, no entanto e como os
cafeeiros, estão agora cobertas de uma ferrugem
de sardas.

Mas tudo veio delas, tudo vive delas em sangue
se renovando.

Por toda essa vida, obrigado,

João, meu pai.



Homenagem da ENGENHO PROPAGANDA ao "Dia dos Pais"

Negócio bom mesmo é café.



É hora de plantar.

Informe-se nas Agências do Banestado, Banco do Brasil, IBC/Serac, Secretaria da Agricultura (Acarpa e Núcleos Regionais).

Governo do Estado do Paraná
Secretaria da Agricultura



Prêmio: VII Mostra Brasileira de Propaganda Rural

a engenho aumenta o tamanho da propaganda em londrina

(rua alagoas, 1002)

PRONTO. MAIS UMA VEZ A VELHA HISTÓRIA DA NOVA AGÊNCIA QUE NASCEU PEQUENA E FOI CRESCENDO, CRESCENDO, ATÉ QUE UM DIA FICOU MAIOR.

E OS MESMOS VELHOS PAPOS DE SEMPRE, DE QUE CRESCER POR CAUSA DISSO E DAQUILO, PORQUE FEZ, DESFEZ E DEIXOU DE FAZER E OS MESMOS SINCEROS AGRADECIMENTOS À CONFIANÇA DEPOSITADA PELOS CLIENTES E AQUELES QUE, DE MANEIRA OU DE OUTRA, AJUDARAM A AGÊNCIA A CRESCER, ETC. ETC. ETC.

E PATATI PATATÁ, BIBIBI BOBOBÔ, TAL E COISA, VAMOS EM FRENTE, PROCURANDO CONTINUAR PROPORCIONANDO O MESMO ATENDIMENTO DE SEMPRE, COM A MESMA DEDICAÇÃO E TOME BLÁ BLÁ BLÁ, BLÁ BLÁ BLÁ E MAIS BLÁ BLÁ BLÁ...

ENFIM, TODOS AQUELES FLOREIOS CONHECIDOS E MILONGAS PRA DIZER QUE A AGÊNCIA CRESCER MESMO, CRESCER TANTO QUE TEVE DE MUDAR: RUA ALAGOAS, 1002, É O NOVO ENDEREÇO DA PROPAGANDA EM LONDRINA, UM ENDEREÇO MAIOR.

PROPAGANDA HOJE É ENGENHO.



engenho

ARTE E TÉCNICA DE PROPAGANDA S/C LTDA.

Rua Alagoas, 1002 - Fones 23-0594 - 23-0433
Londrina



um bom ano com muita ressaca.

O mundo bêbado de vinho,
doce vinho da esperança, sorvido em goles
francos e profundos.

Por um ano com muita ressaca
de dor, guerra, fome e injustiças. De crises,
medo, doença e desamor.

Ressaca forte de qualquer manifestação de violência.
O vinho da esperança pode-e deve-adoçar o novo ano,
por um mundo novo.
Tiu-tiu.

engenho

ARTE E TÉCNICA DE PROPAGANDA S/C LTDA.
Jordânia

Como Era Verde o Meu Vale



É não produzir nada.
Tinha bichos, aves, plantas, flores, era um pedaço de vida — menos para gente. Hoje, nossos vales têm muitos cones de milho, do trigo, da soja, do amendoim, do algodão, da laranja, que alimentam cidades e indústrias de quase maior economia mundial.
E preciso herbicidas, sim, e inseticidas, fungicidas — mas soluções novas para nossos problemas, com técnica e assistência para grandes colheitas nos

nossos vales e fazendas nos sem problemas.
Afinal, os problemas não são nem nas soluções: é por causa que se planta, é para a vida e colhe.
Pois ninguém como paisagem

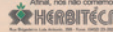


Olhai os Lírios do Campo



Mas o milho também tem flores, que a gente da cidade nem vê — e tem aquelas que todo mundo come no campo e na cidade, seja na forma de carne, leite, ovo, ou de centenas de produtos industrializados.
Por isso, certas flores têm de morrer no campo mesmo, quando flores, é porque já abriram e plantado. O herbicida evita que as flores vejam sementes para mais milho.
E as flores que anunciam os frutos também estão murchas.
Então é preciso olhar vivo e, na hora certa,

herbicida para que os insetos não vivam pragas.
Herbicida ou herbicida, o importante é solução nossa para nossos problemas em defensores, seja a solução que aplicadas com técnicas assistidas, garantem a colheita adequada à natureza ou à cidade.
Afinal, não são comestíveis.



...E o Vento Levou



Mas leva cada vez menos.
Primeiro, era a erosão pela água que levava a terra.
Depois era o vento que carregava a terra descoberta — até vir deserto.
Mas são foi antes das novas técnicas de combate à erosão.
O plantio direto, por exemplo, consegue tirar da terra o máximo, sem que a terra perca um milímetro, ao contrário: só melhora.

E é preciso herbicida, sim — uma só aplicação, antes do plantio, de modo que a natureza também não seja nem perde nada, nem mesmo o milho morto. O produto é colhido logo, enquanto o milho morto e as raízes de cultura ficam protegendo a terra contra a erosão.
Sendo a chuva e o vento levam.

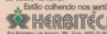


Os Sertões



Éra uma vez os sertões.
Estão plantando no cerrado da Bahia, de Goiás, nos sertões de Mato Grosso, nos confins do Pará.
Estão abrindo estradas e cidades, criando empresas para nossa gente e riqueza para o país.
Precisam de herbicidas, sim, principalmente eles precisam de herbicidas. Ou vamos deixar que lutem sozinho? O milho dos sertões é, antes de tudo, um forte.
Há 35 anos, fomos pioneiros na pesquisa

e produção de soluções novas problemas — para não deixar os brasileiros que plantam desde vinhos gelados até couve-flor. Hoje somos a maior empresa no ramo de defensivos, graças de que o futuro sempre está de tudo, na terra.



Adeus às Ilusões



A Humanidade cresceu mais no último século que em mil séculos somados.
É uma ilusão pensar que podemos colher para tanta gente sem combater o milho, as pragas e doenças de insetos.
Outra ilusão é pensar que só com técnicas naturais podemos garantir o futuro para quem planta — e a saúde para quem consome.
Ninguém aprende a andar sem tropeçar.
Há 35 anos pesquisamos e produzimos no Brasil soluções novas para nossos

problemas — que, aplicadas com técnicas assistidas, garantem colheita e saudáveis, exportações e em O bem estar de nossa gente é produto de nossa terra.
Mas não alimentamos laides.

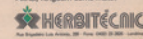


Vidas Secas



Certas vidas lá vivem sem de sear, para que outros possam viver. Se a gente deixa, as ervas daninhas dominam o plantio.
Se não seletiva herbicida, é certo que há de muito mais fome no mundo, muito mais milho em lugar de comida.
A Humanidade cresceu no último século mais que em mil séculos somados.
Mas ainda não faz 100 anos que o homem pesquisa herbicidas.

Continuamos pesquisando e aprendendo, encontrando técnicas e soluções para colheitas fartas e saudáveis.
Por mais que a gente gente do vento, precisa colher tudo o que temos desta África, ninguém come milho.



Um bom começo em qualquer idade: Colégio Canadá Júnior.

E termina bem tudo que bem começa*.



MATERNAL



Colégio CANADÁ Júnior

Rua Tupi, 455 - Fone: 23-3050 - Londrina

Expo 80

Um bom começo em qualquer idade: Colégio Canadá Júnior.

E termina bem tudo que bem começa*.



Colégio CANADÁ Júnior

Rua Tupi, 455 - Fone: 23-3050 - Londrina

Um bom começo em qualquer idade: Colégio Canadá Júnior.

E termina bem tudo que bem começa*.



Colégio CANADÁ Júnior

Rua Tupi, 455 - Fone: 23-3050 - Londrina

ANO NOVO, MARACAJU NOVA.

Todos desejam segurança, tranquilidade, prosperidade. A Maracaju não quer só desejar, mas fazer alguma coisa, praticamente. E é impossível fazer por todos. Mas, para quem encontra a prosperidade com um Ford, a Maracaju vai continuar melhorando sua oficina para garantir ainda mais rapidez e segurança. E vai melhorar de novo todos os serviços, vai aprender tudo de novo, nascer de novo, e de novo garantir tranquilidade e segurança para quem tem Ford. Este é o jeito Maracaju de desejar Feliz 76.



maracaju



uma empresa do grupo Cacique



Uma idéia simples é sempre uma boa idéia.



Londrina, 1951. As estradas —naquele tempo, picadas na mata— maltratam os valentes Ford, GMC e International que ajudam a desbravar a região. É preciso peças de reposição para acelerar o progresso. Nasce uma boa idéia: a primeira loja Gevasco.

Gevasco e o Norte do Paraná cresceram juntos. Hoje são dez lojas — quatro em Londrina (uma de atacado), quatro em São Paulo, uma em Maringá, uma em

Belo Horizonte e uma indústria de parafusos em Londrina — 250 funcionários, 20 mil metros quadrados de área construída. É tudo — simplesmente tudo — que você pensa em auto-peças.

Gevasco é hoje, uma das maiores distribuidoras de auto-peças do País. Uma idéia simples que deu certo.

Ainda bem que tem Gevasco:



IRMÃOS ASSUNÇÃO S/A
A boa idéia em auto-peças

ALUGAFUSCA PARANAMOTOR TEM CARRO PRA QUEM PASSEIA.



Todo mundo dentro: a mulher, as crianças, a sogra, a mãe, o biscoito, a bola, o cachorro e o papagaio. E ainda tem lugar pra vira de pescar e muita alguma coisa. Você só tem que ter o tempo todo como vai ter quando souber do preço do BRASILIA no ALUGAFUSCA PARANAMOTOR.

aluga fusca
paranamotor
APUCARANA

eng. b. b.

A ATENÇÃO QUE VOCÊ DÁ ÀS FÉRIAS, DÊ TAMBÉM AO CARRO.

Não viaje com pneus carecas, câmaras velhas, amortecedores cansados. Jabur tem tudo para fazer um serviço realmente perfeito:

- Todo tipo de pneus e câmaras
- Pessoal especializado
- Balanceamento e alinhamento
- Rodizio gratuito
- Pneus e amortecedores com montagem grátis.

Na compra de 4 pneus, você ganha um guarda-sol. Isso mesmo: você leva na hora, um guarda-sol de presente. E Jabur ainda paga mais pelo seu pneu usado.

Antes de viajar, passe no Jabur: sua família merece tranquilidade.

**VOCÊ ESTÁ
DE FÉRIAS,
O CARRO NÃO.**

**Compre
4 pneus
e ganhe um
guarda-sol**



campanha válida até 15/02/85



**Manobras
no transporte
de carne.**

O Agrale TX é pé-de-boi no transporte de carne.

Veículo para entrega de carne tem de ser pé-de-boi: o serviço é duro.

Também é preciso ser ágil: o trânsito não é mole.

O Frigorífico Central aprovou Agrale TX e não troca por outro: manobra fácil, aguenta o tranco e retribui com economia.

Agrale TX:
um caminhão pequeno,
mas um grande caminhão.

IRMAOS LOPES L. Oliveira
LONDRINA - PARANÁ - CUNDA

GRALE AGRale TX AGRale TX AGRale TX AGRA



RETIFICADORA JABUR

**Uma nova era
na retifica
de motores.**

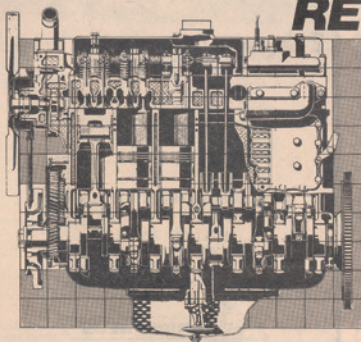
Irmãos Jabur inaugura uma nova era na retificação de motores com o que há de mais avançado no setor para oferecer o melhor serviço a qualquer tipo de motor:

- Garantia Jabur de até 50.000 km
- Três revisões gratuitas
- Financiamento direto

- até 12 meses
 - Desconto especial para pagamento à vista
 - Regulagem grátis dos freios
 - Orçamento sem compromisso
 - Serviço de guincho gratuito
 - Consultas por telefone a cobrar
 - Desconto especial em outros serviços (mecânica, elétrica e pintura)
- Quando precisar de retificação, fique com quem entende de motores: Retificadora Jabur - a garantia do motor novo de novo.

**RETIFICADORA
JABUR**

Rua Bahia, 1.575 - Telefone: 23-4070 - Londrina - PR.



Conheça a nova plataforma econômica da Massey:
colheitadeiras automotrizes com plataforma flexível.



**1630
3640
5650**

A Massey Ferguson tem a mais completa linha de colheitadeiras de reserva. São três modelos: MF 1630, MF 3640 e MF 5650, produtos da mais avançada tecnologia em todo o mundo.

As colheitadeiras Massey Ferguson têm grande área de operação e largura, maior facilidade de operação e manutenção, e estabilidade de todo o conjunto.

E agora também podem ser equipadas com a plataforma flexível 1630. Que garantem que você colha tudo o que plantou.

TRANSPARANA
Tudo para quem Trabalha a Terra



A força que está com você.

**pelo plano leve-logo da rotec
você compra o seu Opala
ou Chevette
SEM ENTRADA**

A ROTEC criou o plano especial LEVE-LOGO para facilitar compra de seu Opala ou Chevette, sem entrada e em diversos quentes parcelados, de acordo com a sua conveniência.

Além de aprovar a sua ficha cadastral na hora, LEVE-LOGO também facilita pra você a compra de estórieis.

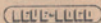
E além do mais você conta ainda com a garantia de assistência técnica por mecânicos treinados de fábrica e posição de peças genuínas Chevrolet.

Venha conhecer e aproveitar as facilidades do LEVE-LOGO. ROTEC e volte pra casa num Opala ou Chevette zerinho...



rotec s.a.

011-203 - Fim de Rua Osasco 4
PBX: 22-6933 - Lins - SP



esp/abn

MAIS UM DIA NA SAKUMA. ALGUÉM ESTÁ PRECISANDO DE UMA INCUBADORA PARA RECÊM NASCIDOS.

A Sakuma gosta muito de trabalhar
com fornecimentos para consultórios,
clínicas, hospitais e laboratórios.
Fornecimentos vitais para serviços
vitais.



MÉDICA - CIRÚRGICA - HOSPITALAR - LABORATORIAL
Rua Santa Catarina, 142 - 1.º andar - Fones: 22-4856 e 23-2031 - C.F. 644 - Londrina - PR



Estabelecimentos
comerciais
e industriais,
armazéns
e silos:

A TETO CONSTRÓI

Com experiência
em projetos,
com assessoria
para financiamentos,
com mão-de-obra
de alta qualidade.

Engenheiro

Rua Antonina, 1219 - Fones: 22-6278
e 23-0053 - LONDRINA



Cartões de Crédito Sicoob.

Seu dinheiro sempre à mão.




SICOOB
Norte do PR

PARA CRESCE É PRECISO COOPERAR

SICOOB SAUL ELKIND

**A REGIÃO QUE MAIS CRESCE
EM LONDRINA VAI FICAR
AINDA MAIOR**

A região que mais cresce em Londrina está ganhando um novo espaço para desenvolver ainda mais suas atividades. É o novo Polo de Desenvolvimento do Complexo (PDC) do Sudoeste Norte do PR. A partir de hoje, os serviços e as facilidades das cooperativas de crédito, que já foram presentes nos seus melhores locais, à sua disposição na Av. Saul Elkind, 1460. Instalações confortáveis, ambiente climatizado e uma equipe de profissionais preparados especialmente para atender à do jeito que você gosta.

Venha tomar um café com a gente e descobrir as vantagens das cooperativas, como as empresas e pessoas que atuam com sucesso. Sicoob Saul Elkind. Mais ganhos para você, para seu negócio e para Zona Norte.









Sicoob Norte do PR - Av. Saul Elkind, 1460 - Tel: 3379-2100 - www.sicoob.com.br

A receita secreta dos ovos de Páscoa você encontra no Mister Cuca.

3X

No cartão MasterCard



MISTER CUCA
Rua Sergipe | Shopping Central






NOSSA HISTÓRIA É CONTADA PELAS VOZES DE MILHARES DE AGRICULTORES.

A história da Nortox se confunde com a história da agricultura brasileira. Há 55 anos fornecemos soluções eficazes para que as lavouras alcancem máxima produtividade. Hoje queremos homenagear você, produtor. É a sua confiança que nos inspira a trabalhar por melhores dias para a agricultura brasileira. **Parabéns pelo seu dia!**

nortox
55 anos ao lado da Agricultura



Para morar no Centro e viver num Parque Clube.

Splendor
3 dormitórios (2 suítes)
Área com churrasqueira

1 ou 2
vagas de garagem

148
m² metrais a partir de **690,**

Visite decorado

Central de informações: Rua Oliveira, Box 400, 700 (41) 3322-5005




Vencedor do Prêmio APP

A Prefeitura de Londrina convida você a combater o aquecimento global. Com um gesto de amor à cidade: **Plante árvores!**

Quem planta uma árvore, ajuda a preservar o meio ambiente, contribui para a qualidade de vida e ainda deixa a cidade mais bonita. As árvores diminuem o calor, os ventos, os ruídos e o gás carbônico no ar. E também oferecem sombra, flores e frutos.

Viveiro Municipal de Londrina

Possui mais de 150.000 mudas de árvores de diversas espécies para doar à quem vai plantar em locais públicos. Mais informações pelo telefone (43) 3341-9600.

Veja como colaborar na luta contra o aquecimento global

Acesse o site da Prefeitura no endereço www.londrina.pr.gov.br e nos destaques do lado direito, clique em: **Ecologia - Teste de Aquecimento Global**.

Londrina contra o aquecimento global: plante árvores. A natureza agradece.

Liderança no céu e na terra.

A Onix é líder em vendas de restratores para caminhões. Todo mundo quer estar ligado aos satélites que circulam pelo céu dando a localização de caminhões para a Onix.

A Onix também é líder em número de oficinas que instalam seus restratores e dão assistência técnica 24 (por enquanto). Todas em terra firme, equipadas pelo Brasil inteiro.

Apesar de restrator para caminhão, vá direto à Onix. No céu e na terra, a sua melhor escolha.

Onix

Tom Bussatini Soares, do Triângulo, 801
Rua 2, 88 andar, Curitiba, PR
Fones: (41) 3334-3074 - E-mail: tomsoares@onix.com.br

ERA DIFÍCIL DE ACREDITAR QUE O MISTER CUCÁ FARIA UMA LINHA DE DOCES AINDA MELHOR. ERA.

NOVA LINHA DE DOCES. VENHA APURAR OS SEUS SENTIDOS.

MISTER CUCÁ

Vencedor do Prêmio APP

encomendas 3373 1000

www.mistercuca.com.br

RUA SÉRGIO ESQ. COM SANTOS E SHOPPING CATUAÍ.

32ª EDIÇÃO

EXPOVEST

PRIMAVERA - VERÃO 2008/2009

cianorte moda

CAPITAL DO VESTUÁRIO

20 A 24 DE JULHO

EM CIANORTE - PR

WWW.EXPOVEST.COM.BR

DESFILE DA COLEÇÃO PRIMAVERA/VERÃO 2008/2009 DIAS 20 E 21 DE JULHO ÀS 21 HORAS

Horário de atendimento no Shopping e Rua da Moda, das 6 às 19 horas no período de 21 a 24 de Julho

Kero Ke Ry

O novo nome do lanche londrinense!

Vencedor do Prêmio APP

EXPOSIÇÃO 2004

44ª EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA E INDUSTRIAL DE LONDRINA - 12ª INTERNACIONAL

BRASIL LÍDER MUNDIAL



NA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS SEGUROS

7 A 18 DE ABRIL
PARQUE GOV. NEY BRAGA
LONDRINA
PAZ NO CAMPO, ORDEM E PROGRESSO.

EXPOSIÇÃO 2005

45ª EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA E INDUSTRIAL DE LONDRINA - 13ª INTERNACIONAL

O PESO DA AGROPECUÁRIA BRASILEIRA



Londrina
7 a 17 de Abril www.srp.com.br





Dias com mais sol. Vida com mais lazer.




Punta Del Este





Vencedor do Prêmio APP



LAZER

O máximo para sua família.



Em frente ao Centro de Eventos.




Quero porque quero uma refeição assim.



Prato principal com bebida
R\$17,50



Todos os dias, a partir das 11h30.



FUNGICIDA DE QUALIDADE

TEM QUE TER NOME E SOBRENOME



NORTOX
EXCELÊNCIA EM GENÉRICOS

PROPICONAZOLE **Tebuconazole** **TERUOCO** **Carbendazim**

Frescor, perfume, higiene, liberdade, sensualidade.



Sabonete Intimo Vitturia.
O amor tem cheiro novo.



VITTURIA

Visite nosso site: Faça seu pedido www.vitturia.com.br

Perfumes • Facial Care • Professional Care • Personal Professional • Capilar • Facial Intense • Professional Facial • Massage • Corporate



CORRETOR DE IMÓVEIS, ORGULHO DE SER PROFISSIONAL

SISTEMA COPEC-CRIO

27 de Agosto, Dia Nacional do Corretor de Imóveis.

TV COFECI 10

O mesmo compromisso, a mesma seriedade.



SENA OLIVA

Nunca foi tão fácil participar da vida política de Apucarana.

Agora, sua cidadania pode ser exercida de conforto de sua casa.

0800 648 7002

Este é o telefone gratuito do Centro de Apoio ao Partidarismo Político, disponível ao telefone para os interessados a registro político do cidadão Apucarana.

Além, muito mais disponível para a sua cidadania.



FL

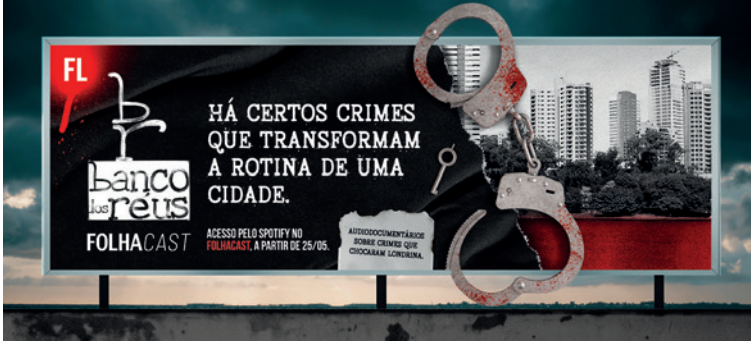
Banco reus

FOLHACAST

HÁ CERTOS CRIMES QUE TRANSFORMAM A ROTINA DE UMA CIDADE.

ACESSO PELA SPOTIFY NO FOLHACAST, A PARTIR DE 25/05.

AUTODENUNCIAMENTOS SOBRE CRIMES QUE OCORRAM LONDRINA.



**LEVE
ALGO
NOVO**

**LEVE
SEU DRINK
PRONTO
PARA
BEBER**

APRESENTE COM MODERADA VENDA E CONSUMO PROIBIDAS PARA MENORES DE 18 ANOS

**Mês das
Mães
Sercomtel**

Corretores de Imóveis:
desbravando um

27 de Agosto
Dia Nacional do Corretor de Imóveis

**novo
mundo**
de oportunidades.

COFECI-CRECI
Associação Brasileira de Corretores de Imóveis
www.cofeci.org.br

CURTIR A VIDA NUM JEEP É OUTRA HISTÓRIA.

PROFISSÃO DE CORRETOR DE IMÓVEIS:

*Criada em 1962,
regulamentada em 1978 e
consagrada desde sempre!*

Até 2010, a regulamentação da Corretagem de Imóveis, pela Lei nº 6.250, não garantia a quem não fosse brasileiro o acesso ao mercado.
Hoje, qualquer pessoa pode começar sua jornada.

COFECI-CRECI
Associação Brasileira de Corretores de Imóveis

**VENIA OUVIR QUE O MOTOR
DE UM JEEP TEM A DIZER
SOBRE O DIA DE HOJE.**

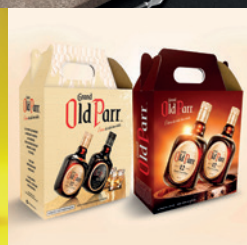
Jeep

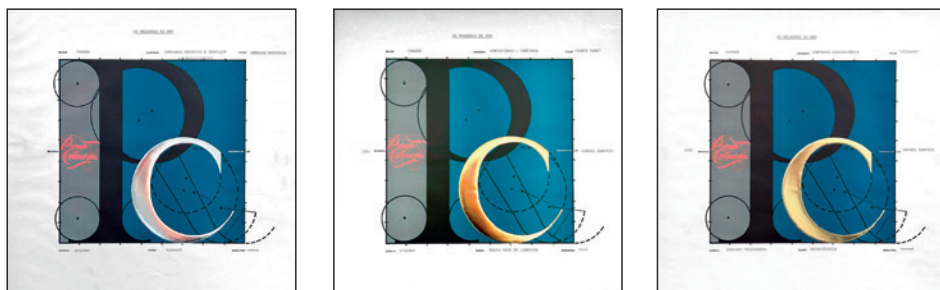
**Compre,
venda ou
alugue em
todo o Brasil.**

**O SITE COM
OS MELHORES
IMÓVEIS A SEREM
NEGOCIADOS.**

Negocie imóveis somente com profissional inscrito no Sistema Cofeci-Creci.

CRECI-BRASIL



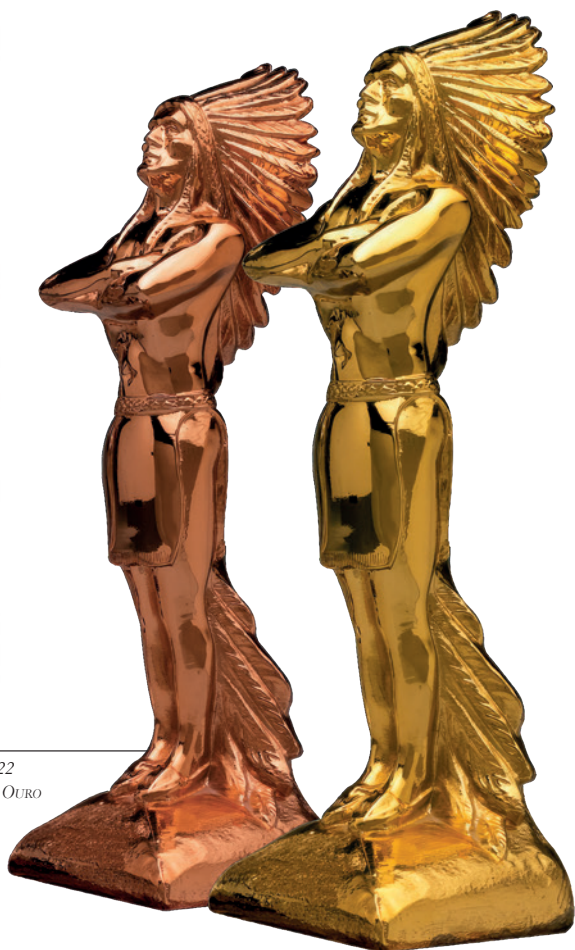


PRÊMIO COLUNISTAS, OS MELHORES DO ANO 1985



PRÊMIO APP
MARKMÍDLA 2004





PRÊMIO POPAI BRASIL 2022
CATEGORIAS: BRONZE E OURO