

Hélio

J. Roberto Whitaker Penteado

Impressionante quanta bobagem somos capazes de pensar, quando pensamos sozinhos durante muito tempo. - Donald Davidson

Recebi um e-mail do meu amigo Julio Cosi Jr. perguntando: você já sabia que morreu o Hélio Silveira da Motta no último dia 24 de dezembro?

Não. Eu não sabia, como muitos amigos e discípulos do Hélio também não souberam, pois – com sua conhecida discrição – HSM pediu aos familiares que não divulgassem o fato e fizessem uma despedida íntima.

Hélio partiu aos 91 anos e havia-se retirado um pouco do mundo para viver na chácara que tinha perto de SP. Deixou a propaganda nos anos 80 e – por isso – deverá ser pouco conhecido entre os mais novos. Teve grande influência no marketing e na publicidade do Brasil. A ele dediquei o meu primeiro livro sobre marketing – na companhia de Bob Harris e Lubertus Smilde – como os meus três mestres na matéria.

Nascido em 1917, HSM pertenceu à geração dos profissionais de P&M, anterior à minha – a mesma de Renato Castelo Branco e do meu pai, que foram seus colegas na J. Walter Thompson. Quando disse a JR Senior que ia trabalhar com o Hélio, na Almap, lembro-me do que respondeu: - Você vai trabalhar com o único gênio verdadeiro da propaganda brasileira. Temos muita gente boa, mas só o Hélio é um autêntico gênio. Hélio falava bem de papai, também. Dizia-me: - Seu pai é capaz de ficar calado durante toda uma reunião e – no final – resumir o que todo mundo disse numa conclusão clara e concisa.

Considero-me afortunado pelos 3 anos em que trabalhei com HSM na Almap, entre 1969 e 1972. Ele havia concluído seu trabalho no IPOM, desenvolvendo o tevêmetro – primeiro instrumento, no mundo, realmente capaz de medir instantaneamente a audiência de televisão – e era um dos 3 diretores da agência, com Alex Periscinoto e Julio Cosi, cuidando do Planejamento. Aprendi ou reaprendi com ele tudo quanto cheguei a saber sobre como preparar um plano de marketing ou o planejamento de uma campanha de propaganda. Ele não só planejava, concretamente, todas as ações futuras mas era capaz de entrar em complexas considerações matemáticas, que assustavam os clientes. E gostava de divagar, também, em longas conversas - deixando o pensamento navegar ao sabor da sua permanente curiosidade.

Como homenagem a esses colóquios, um dia, levei-lhe a frase que encabeça este artigo, que havia lido, num texto em inglês. Gostou e pediu que a secretária a reproduzisse num papelzinho, que afixou à parede da sua sala.

Outros dois companheiros da Almap que compartilharam dos pensamentos de HSM, na mesma época, foram Sergio Guerreiro e Helcio Emmerich. Helcio escreveu, num depoimento para a ESPM: “Muitos consideram [Hélio Silveira da Motta] como o maior profissional da propaganda brasileira em todos os tempos, criador de uma autêntica escola, não só quanto à técnica e à metodologia do planejamento mas, principalmente, de toda uma conceituação quanto à elevação do publicitário a uma postura de respeito, dignidade e competência no plano do relacionamento com os anunciantes.” Assino junto.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=30&ID=503>>. Acesso em: 23 jul. 2009.