

Julio Cosi Jr

J. Roberto Whitaker Pentead

Por que será que, em certos restaurantes, a pior coisa é a comida?- JC Jr.

Em setembro de 1997, os colunistas de propaganda promoveram uma festa no Museu do Ipiranga, em São Paulo, para homenagear pessoas, empresas e anúncios destacados durante as três décadas de existência do Prêmio Colunistas (que - tendo completado 40 anos em 2007 -, este ano entra na sua quinta década). Significativamente, diante da dimensão da tarefa, os jurados optaram por escolher, em cada categoria, cinco vencedores. Entre publicitários e agências do ano, houve 3 "dobradinhas": Alex Periscinoto/Almap, Roberto Duailibi/DPZ e Washington Olivetto/W Brasil.

Ao fazer o seu discurso, Roberto Duailibi foi intensamente aplaudido ao observar que ficara de fora o publicitário que, na sua opinião, representava a mais importante influência individual na moderna propaganda brasileira: Julio Cosi Jr.

Como fiz parte daquele juri, sei que não houve injustiça, nem esquecimento, pois o regulamento daquela premiação especial limitava a escolha às premiações anteriores, e - no período considerado - Julio destacou-se especialmente como funcionário graduado de duas grandes agências: a Standard (antes de ser Ogilvy) e a Almap. Na década anterior, estava na Editora Abril, e a sua agência, a Cosi Jarbas Sergino, teve uma história relativamente curta, dando origem à atual Young & Rubicam. Poderia dizer, sem medo de errar, que ele não foi eleito porque não era candidato...

Julio Cosi Jr. entrou na minha vida através de um telefonema salvador - há 40 anos, quando eu saía da Abril, como uma das vítimas do desastre inicial da revista Veja (da qual era o publisher), lançada no ano fatídico de 1968... Convidava-me para trabalhar com ele, na Almap, atendendo a Gillette, uma conta "difícil", que exigia ter, como contato, um ex-gerente de produtos de consumo, condição que eu preenchia, além de falar inglês. Além de "salvo", com novo emprego, fiquei lisongead, pois JC era um monstro sagrado da nossa geração - e sua transferência milionária da Standard para a Almap havia sido considerada (pelo I Premio Colunistas) como o Fato do Ano de 1967.

Convivi profissionalmente com JC durante cerca de 10 anos, como colega, na Almap, depois como sócio (na CJS) e cliente (L'Oréal). Com ele aprendi muita coisa e até cheguei a fazer uma pequena coleção de suas citações (como a que está aí em cima). Outras: o caminho da excelência exige uma permanente impaciência com a mediocridade; a primeira das 32 razões é que o cliente não gostou, portanto as outras 31 são irrelevantes; redija o seu relatório de visita de forma tão simples que até o presidente do cliente entenda; numa crise, é mais importante buscar uma solução do que procurar culpados. (Não há espaço para mais).

Se V. é da nova geração, que aprendeu com os que aprenderam com o Julio, leia mais sobre ele no Dicionário Histórico-Biográfico da Propaganda no Brasil (ABP-FGV, 2007). Se está entre os privilegiados - como eu - nos veremos no almoço em homenagem aos seus 60 anos de profissão, no Figueira, na próxima sexta-feira.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=90&ID=440>>. **Acesso em: 30 jul. 2009.**