



A opinião e o pensamento de quem decide

No antigo, amplo e bem conservado prédio, com paredes de uma vermelhidão que lembra a terra roxo-avermelhada do Interior paulista, incrustado no bairro operário e quase sem glamour da Lapa de Baixo, **Domingo Alzugaray** vai cumprindo a sina de levar adiante os planos idealizados quando deixou a Abril, 30 anos atrás: o de fazer com que a Editora Três - que fundou em sociedade com **Luís Carta** e **Fabrizio Fasano** - seja uma das mais importantes do País, de preferência a mais importante. Ele sabe que bater a Abril, uma escola empresarial e editorial que freqüentou por convite de **Victor Civita**, primeiro na Argentina, sua terra Natal, depois no Brasil, sua terra de coração, não é tarefa pequena, fácil ou muito menos curta, sobretudo para alguém com 73 anos de vida. Sua esperança: que o Brasil finalmente deslanche e consiga atingir durante alguns anos seguidos níveis eleva-

Domingo Alzugaray

Uma obstinação pelo jornalismo de papel e tinta

dos de crescimento, como os obtidos por Argentina (este ano), Índia e Coréia ("aí em três ou quatro anos eu dobro o tamanho da empresa"). Sua certeza: "Se até Roma caiu, por que a Abril também não pode ser ultrapassada?" - indaga.

Numa tarde morna, de uma quarta-feira (7/12), esse senhor de ar bonachão, fala pausada, brilho no olhar, falou aos editores **Eduardo Ribeiro** e **Wilson Barancelli**, deste **Jornalistas&Cia/PROTAGONISTAS**, ao editor convidado **Eleno Mendonça** (ex-editor-chefe de O Estado de S.Paulo e atual diretor de Comunicação da DPZ),

Não é pouco, para quem tem como único negócio uma editora de revistas, sem desdobramentos em outros ramos da comunicação, como a televisão, a internet ou jornais. O anúncio oficial ele fez no dia 12/12, na festa que promove anualmente para homenagear as personalidades que mais se destacaram em áreas como a política, a economia e na sociedade em geral, iniciativa que leva o aval das três semanais da Três.

Alzugaray não se esquivou de nenhuma indagação, nem da inevitável pergunta sobre as denúncias de que a Três publicaria matéria paga como se editorial fosse ("há quase uma unanimidade nas críticas sobre o jornalismo de escândalos, de denúncias, e quando fazemos uma matéria para elogiar surge a denúncia de que se trata de matéria paga", ele diz, acrescentando que

desafia quem quer que seja a encontrar na empresa alguma fatura relativa a qualquer matéria divulgada por suas revistas como parte do conteúdo editorial independente). Aliás, de uma indagação ele escapou: revelar qual seria o próximo lançamento da Editora: "planos eu tenho, mas jamais os revelaria a vocês".

Durante as duas horas de conversa, Alzugaray falou de revistas, de mercado, de governo, de concorrência, de presente e de futuro, mostrando-se extremamente confiante no País, que, segundo ele, pode e precisa crescer, de preferência trocando o freio pelo acelerador.

Cuidadoso, depois de uma semana da entrevista concedida, encaminhou um fax à redação de **J&Cia/PROTAGONISTAS**: "A cantora cujo nome não me lembrei durante a entrevista é Dolores Duran e a música A noite do meu bem.

mais o assistente **Fernando Soares**, que, com esse trabalho, praticamente se despede da equipe, no Brasil, a caminho de Londres, onde vai estudar por um ano (lá vai atuar paralelamente como correspondente do **Jornalistas&Cia**).

Antes de iniciar a entrevista, na ampla sala de reuniões, onde se destacam os vitrais coloridos e vistosos, os elementos construtivos com destaque para as vigas de madeira impecavelmente inverzinadas e uma estante com prêmios, livros e documentos, Alzugaray confessou um dos motivos da alegria: ele acabara de firmar um estratégico acordo de parceria editorial com o grupo americano Time Inc., que lhe permitirá, daqui para frente, ostentar na capa de suas três publicações semanais, os selos da Time Life (IstoÉ), Fortune (IstoÉ Dinheiro) e People (IstoÉ Gente).

Com esta agradável entrevista, a terceira da série (as anteriores foram com **Otávio Frias Filho** e **Mino Carta**), **J&Cia/PROTAGONISTAS** despede-se dos leitores em 2005, desejando a todos um Feliz Natal e um Ano Novo com muitas alegrias e realizações, seja no plano esportivo (com a Copa do Mundo, da Alemanha), seja no político, econômico e social, com as eleições para presidente, governadores e parlamento.

Em 2006, estaremos de volta com novas entrevistas, continuando esse agradável e estratégico trabalho de mostrar para a comunidade jornalística e de comunicação um pouco da opinião e do pensamento dos principais dirigentes da imprensa brasileira.

A íntegra desta entrevista poderá ser conferida a partir da próxima 5ª. feira (22/12) no site www.jornalistasecia.com.br

PROTAGONISTAS - Entrevista com Sr. Domingo Alzugaray, presidente da Editora Três...

Domingo Alzugaray - Diretor responsável. O cargo de presidente não existe na Editora Três. E estão proibidas certas referências, tipo patrão, chefe...

P - Como a Editora Três espera fechar o ano de 2005?

DA - Estamos melhor do que no ano passado, mas prefiro falar dos últimos 30 anos, porque assim a gente tem um panorama do que o País realizou e nós realizamos. A Editora cresceu muito no início, porque o Brasil também estava crescendo 10% ao ano - a famigerada época do "milagre econômico." Depois, o País começou a parar e, com ele, paramos todos. Se o mercado cresce, você cresce com ele. Se esse mercado fica estagnado, você também fica estagnado com ele. Então, respondendo à sua pergunta, 2005 foi a síntese do que aconteceu nos últimos 20 anos: mercado estagnado, crescimentos pequenos, às vezes apenas inflacionários. Nada muito gratificante. Esperamos um dia convencer o Palocci de



"No momento em que o mercado nos der condições, tentarei realizar o que planejei 30 anos atrás, quando saí da Abril para montar esta empresa. E do que planejei, devo ter realizado não mais do que 30% ou 40%."

que o superávit primário não é a melhor saída para o País. Aí sim poderemos deslanchar. Temos tudo preparado para isso. No momento em que o mercado nos der condições, tentarei realizar o que planejei 30 anos atrás, quando saí da Abril para montar esta empresa. E do que planejei, devo ter realizado não mais do que 30% ou 40%. Porque também o Brasil andou 30% ou 40%.

P - O mercado, sobretudo de revistas, no Brasil não poderia ser muito maior?

DA - Poderia ser, no mínimo, o dobro.

Aquele gráfico que está lá (aponta para a parede) foi montado há quinze anos pensando em 100 milhões de exemplares/ano de revistas. Estamos produzindo, hoje, 35, 40 milhões. É aquilo que eu falei: de 30 a 40%. Estamos preparados para 100 milhões mas o leitor não aparece. E não aparece exclusivamente por razões financeiras, por falta de poder aquisitivo. Quando falam que o brasileiro não gosta de ler, absolutamente não é verdade. Há dois exemplos bem claros, que provam que o mercado consome revistas quando tem



Domingo Alzugaray

poder aquisitivo: o Plano Cruzado e o Plano Real. Se vocês lembram, no Plano Cruzado, em dois meses, estávamos tirando 50% a mais de revistas. Depois, pifou o plano e pifamos com ele.

P – Se o parque gráfico está pronto para 100 milhões de exemplares, podemos deduzir que ele tem ociosidade?

DA – Não, não! Trabalho para terceiros. Imprimos todos os encartes regionais do Wall-Mart, das Lojas Pernambucanas. Mas essa gráfica não foi montada com essa finalidade e sim para fazer revistas. E eu acho que ainda dá tempo... Se conseguirmos que o Lula se conscientize de que não vai ser reeleito se não mexer com a economia, aí tenho esperança.

P – Então, para 2006, não há muitas perspectivas de mudanças?

DA – Não há nenhuma. Nosso orçamento para o ano que vem prevê 18% acima de 2005, sendo que 7% ou 8% são inflação. Ou seja, um aumento real de 10%,

que é apenas uma previsão, talvez até a expressão de um desejo. Não temos certeza nenhuma se vamos crescer isso; vai depender do País.

P – Este ano o desempenho foi nessa faixa?

DA – De 15 a 18%.

P – Dá para falar em números?

DA – Temos três áreas de negócios: as revistas, os serviços gráficos e os livros didáticos. Na área de revistas faturamos R\$ 180 milhões em 2004. Esta ano se aproxima de R\$ 200 milhões e no ano que vem deve chegar a R\$ 230 milhões. Isso equivale a 60% do faturamento. Serviços gráficos e livros didáticos dividem mais

ou menos meio a meio os outros 40%.

P – Os números macro da Editora, o senhor os têm na cabeça?

DA – Imprimos 700 mil revistas por semana, o que dá entre 35 e 40 milhões de exemplares por ano. As mensais dão mais uns 4 ou 5 milhões por ano, 330 ou 400 mil por mês.

P – Uma pergunta um pouco provocativa. Do ponto de vista editorial, principalmente em épocas de escândalo, fica uma expectativa muito grande em relação ao fim-de-semana, ao que as revistas vão divulgar. O senhor gosta dessa concorrência editorial em torno do escândalo, em torno do que é que vem na próxima edição?



“Não dá pra gente cobrir isso (a crise) de maneira fleumática, ao estilo inglês, clássico, como o do London Time. (...) Mas o sensacionalismo não é bom, não funciona. Prejudica a credibilidade.”

DA – Quer eu goste ou não, estou convencido de que é o caminho... Num país que está vivendo esses problemas, como o nosso, basicamente corrupção, não dá para ignorar isso. E não dá pra gente cobrir isso de maneira fleumática, ao estilo inglês, clássico, como o do London Time. A pergunta é provocativa mesmo. Nós a fazemos todo fim-de-semana, quando estamos fechando a revista, fazendo a capa. O sensacionalismo não é bom, não funciona. Prejudica a credibilidade. Mas, às vezes, quase que inconscientemente, escorregamos. Isso é uma falha, não uma virtude. Gosto de coberturas bem sóbrias, mais aprofundadas.

P – O risco de existirem reportagens com pouca capacidade de comprovação, o risco do exagero, ele é muito próximo, não?

DA – Ele é muito tentador. Como disse Oscar Wilde: “Eu resisto a tudo, menos às tentações”. A nossa imprensa semanal também: nós resistimos a tudo, menos às tentações. A gente toma todo o cuidado possível, por uma questão de ética, de atitude, mas também por uma questão prática: não se pode andar con-

tando histórias ao bel-prazer por aí e depois ter que responder por isso. A Justiça hoje está funcionando. Então, nenhuma matéria sai na IstoÉ nem na Dinheiro sem ter farta comprovação, fatos concretos, provas materiais de que o fato existiu.

P – A propósito, qual é a sua participação nas pautas?

DA – A gente fixa uma linha editorial, de comum acordo com os diretores de redação. E depois são eles que executam. Eu vejo um resumo da pauta na 2ª feira, mas não participo da reunião. E depois vou acompanhando ao longo da semana, até o fechamento na 6ª. feira, quando vejo a capa. E, às vezes, dou um palpite, um toquezinho. Mas quer eu esteja ou não aqui, as revistas, no final de semana, saem exatamente da mesma forma.

P – O senhor, nesse período todo, chegou a interferir em alguma matéria ou a vetá-la?

DA – O que tem acontecido são coisas práticas. Por isso que eu falei antes: a gente define a linha editorial de uma revista em conjunto com o diretor de redação. Se ele não está afinado com a linha

editorial que você quer para o produto, é evidente que você vai acabar trocando o diretor de redação. Em contrapartida, se ele não concorda com a linha editorial da revista, vai trabalhar em outra revista com a qual concorde. Mas não existe uma atitude policialesca, isso quero deixar bem claro. Mas participativa, sim.

P – Nessa crise que estamos vivendo, que é muito intensa, como o senhor se posiciona com relação à concorrência? Quem está na frente? Quem está atrás?

DA – Acho que estamos dentro de uma média bastante razoável. Eu diria que, das quatro revistas investigativas que há no mercado – porque não consideraria investigativa a Carta Capital, que é uma excelente revista, mas é de um jornalismo mais analítico –, que são Veja, Época, IstoÉ e Dinheiro, duas são nossas, o que me deixa muito satisfeito. Estamos, mais ou menos, todos no mesmo nível. A Veja, porém, é um pouco mais “ousada”. Pode se dar ao luxo de cobrir certos fatos com mais leviandade, do que as demais. Se me permitem, a ousadia de acusar com provas menos contundentes. Às vezes eles

publicam coisas que eu, com as mesmas provas, as mesmas razões, não publicaria. É uma questão de política editorial.

P – Então, nesse aspecto, o senhor consideraria, por analogia, que a Época está perdendo um pouco a concorrência neste momento?

DA – Não, não! Acho que a Época está no páreo. A Veja leva um pouco de vantagem por uma questão de ousadia, de colocação. Eles se consideram... os donos da verdade, de certa maneira. Não é uma frase muito simpática, mas é mais ou menos o que penso deles. Ninguém pode discutir; se Veja falou, está falado.

P – Quantos jornalistas a Editora Três tem hoje?

DA – Uns 250, mais ou menos, incluindo profissionais de texto, fotógrafos e o pessoal da Arte.

P – O senhor tem algum lançamento em vista para 2006?

DA – Tenho duas gavetas cheias.

P – Quantos projetos?

DA – Não consigo contar até embaixo. (risos)

P – Mas certamente há alguns que o senhor considera prioritários. O senhor faz um ranking, não?

DA – Claro, tenho esse ranking, sim. Mas jamais revelaria isso a vocês. (risos)

P – Pelo menos, em linha editorial... Coisas mais populares ou mais sofisticadas?

DA – Coisas dentro da nossa linha. Não é uma linha popular, mas é uma linha que pretende chegar, ser compreendida, ser ouvida, ser entendida pelo leitor brasileiro.

P – De 2001 a 2003, a crise na mídia foi muito grave, pelo que se pôde acompanhar. No ano passado já melhorou um pouquinho e esse ano também. O senhor diria que a crise na mídia é coisa do passado?

DA – Na mídia, a crise está sempre à es-

preita. Você não pode fraquejar que ela cai em cima. A atividade editorial, de comunicação, é uma atividade de alto risco. Vejam que a Abril, por exemplo, que fez suas incursões na televisão antes das crises, pagou preços muito altos por pequenos erros. Não foram erros garrafais, mas erros pequeninhos, que eu mesmo cometeria.

P – O senhor tem alguma “aventura” que pretenda fazer? No sentido de investir em outra área que não revistas ou editora?

DA – Não. Que não seja papel e tinta, não. Todos os planos que temos estão ligados a papel e tinta.

P – E a mídia online?

DA – Fizemos um contrato de conteúdo com o Terra, de dez anos, que assinamos em 2000 e que nos segura as ousadias por mais cinco anos ainda. Ou seja, daqui há cinco anos vamos ficar disponíveis outra vez e aí veremos o que fazer.

Domingo Alzugaray

P – Houve um determinado momento em que as editoras lançavam títulos atrás de títulos, populares e menos populares, e depois tiveram que sair recolhendo, porque há um break even a partir do qual não adianta querer operar. O senhor se sente tentado a isso, a querer lançar mais títulos, ainda que sejam pouco rentáveis?

DA – Fortemente tentado.

P – E o que o segura?

DA – O que me segura, por enquanto, é a situação do mercado, que está lamentável. Mas voltando ao início da nossa conversa: o mercado brasileiro consome três ou quatro revistas per capita por ano. Ou seja, entre 500 e 600 milhões de exemplares por ano, num universo de quase 200 milhões de habitantes. A Argentina consome o dobro... isso na crise, porque agora deve consumir mais. O México consome o dobro. Os Estados Unidos consomem cinco vezes mais. Se o Brasil chegasse ao nível de México e Argentina, nós

teríamos um mercado de revistas com o dobro do tamanho. Isso é uma coisa que impressiona. O tamanho do mercado brasileiro, com seus quase 200 milhões de habitantes. A Argentina tem 35 milhões. Então, quando eu falo que eles lá consomem seis exemplares por habitante, estou falando em cerca de 200 milhões; e quando falo que aqui a gente tem apenas três por habitante, estou falando em 500 milhões. Por isso, me frustra tremendamente quando falamos de crise em 2005, de Produto Interno Bruto de 2,66%. Porque se, em vez disso, crescêssemos os mesmos 9% que a Argentina cresceu, seriam centenas de bilhões de reais, centenas de bilhões de dólares... Porque, 9% sobre 1,5 trilhão é diferente de 9% sobre 500 milhões. Se a gente conseguisse aplicar esses índices ao PIB brasileiro, ao tamanho brasileiro, teríamos realmente um país-potência.

P – O senhor abriria uma revista hoje nes-

se mercado, se estivesse começando?

DA – Talvez ingressasse, pois não conheceria os problemas que ele tem. Mas hoje conheço e faz cinco anos que não lanço uma revista nova. Isso responde de maneira indireta a sua pergunta. Eu não lançaria.

P – A Três tem interesse em, por exemplo, revistas masculinas ou em femininas?

DA – Nossa tendência são revistas masculinas, de negócios, de comportamento. Tivemos algumas experiências com revistas femininas, mas não foram bem-sucedidas.

P – Qual é a idade média dos leitores das publicações da Três? Pergunto isso porque os jovens leitores têm a tendência de caminhar para a internet. A longo prazo, o que vocês pretendem fazer para atrair esses jovens leitores para tinta e papel?

DA – O leitor médio da Editora Três tem entre 30 e 40 anos. O leitor jovem é uma preocupação. Temos que atraí-lo. Estamos

“Me frustra tremendamente quando falamos de crise em 2005, de Produto Interno Bruto de 2,66%. Porque se, em vez disso, fossem os 9% que a Argentina cresceu, seriam centenas de bilhões de reais, centenas de bilhões de dólares...”



trabalhando, fazendo promoções em escolas, mas não com a seriedade com que deveríamos fazer. Sei que a Aner, a Associação Nacional dos Editores de Revistas, está trabalhando nisso, justamente para que o leitor não fuja para essas internets da vida e abandone papel e tinta. Papel e tinta têm um sabor que não dá para comparar com nada.

P – Mas a juventude não pensa assim...

DA – Hum... eles não vão ser tão jovens assim daqui há algum tempo. (risos)

P – Quando não há escândalo, as revistas tendem a acomodar um pouco mais a vendagem, não é isso?

DA – Nem tanto. O escândalo vende na sua primeira fase. Depois ele até cansa o leitor. Você tem um pico quando desco-

bre um negócio aí, depois cai e se acomoda.

P – Até chama a atenção: às vezes a Veja bate num tema por três ou quatro edições, aí inventa uma matéria absolutamente...

DA – Emagreça! (risos)

P – Por falar dos concorrentes, o senhor acredita que a Abril um dia poderá ser batida?

DA – Ah, pode! Dia mais, dia menos, certamente será batida. Ninguém está na posição em que a Abril está impunemente.

P – O senhor arriscaria um horizonte?

DA – Não, mas até Roma caiu... (risos)

P – Como editor responsável da Três, existe algum veículo – pode ser jornal, revista, tevê – que o senhor olha e sente um

pouco de inveja, dizendo “eu gostaria de estar fazendo isso”? Complementando: na sua opinião, qual a melhor revista brasileira e qual a melhor revista mundial?

DA – (longo silêncio) É uma pergunta difícil, porque...

P – A pergunta é fácil. Difícil é a resposta. (risos)

DA – É, a resposta é difícil se você quiser ser honesto. Porque se eu não tivesse preocupação com a honestidade poderia dizer “as minhas” e ponto! (risos) Mas realmente é uma pergunta que eu nunca me fiz. Não sei qual é a melhor revista brasileira. Acho que não existe a melhor revista brasileira. Existem as melhores edições, dentro de certos patamares. Aquela revista tal teve uma edição inigualável, aquela outra...

P – Do ponto de vista editorial, tem alguma coisa que chame a sua atenção, que o senhor diga “eu gostaria de estar fazendo isso”?

DA – (longo silêncio) Sabe por que não falo? Simplesmente porque estaria revelando quais são os nossos planos. (risos)

P – Quando a Época foi lançada, ouvia-se muita gente dizendo que a Globo vinha para acabar com a IstoÉ...

DA – A Globo tentou comprar a marca IstoÉ antes de lançar Época. Passei seis meses negociando com eles sem nenhuma intenção de vender, só para ganhar tempo. (risos) Num determinado momento, um diretor da Globopar disse: “Ou você vende ou vamos passar por cima de você como um rolo compressor.” Eu respondi: “Agora é que eu não vendo mesmo! Quero que você prove, em termos de negócio, como é que se passa como um rolo compressor por cima da gente”. Quer dizer, eles também achavam isso.

P – Mas o senhor quase vendeu para a Camelot, não é?

DA – Falhou por um fim-de-semana. Quem estava comprando não era a Camelot ainda, era o Banco Patrimônio, que depois montou a Camelot. Fechamos na 6ª. feira, fui passar o fim-de-semana na

fazenda, fiquei pensando, pensando, voltei na 2ª e falei pra pessoa: “Desculpe qualquer coisa, mas estou fora.” “Mas, como? O senhor deu a sua palavra!” “Eu sou assim mesmo, meio fraco de palavra.” (risos)

P – Por que desistiu?

DA – Faz uns cinco ou seis anos. Tinha muito dinheiro envolvido na jogada, mas eu expliquei para o diretor do banco que não ia ter o que fazer com o dinheiro, não ia ter tempo disponível para criar uma outra editora, outra revista. Pego esse dinheiro e vou fazer o quê? Dar de comer aos esquinhos no Central Park, em Nova York? Dar milho aos pombos na Plaza de Mayo, em Buenos Aires? (risos) Se eu tivesse idade... Na época, tinha 67, 68 anos. Se tivesse 40 anos teria vendido. Ia pegar aquele dinheiro e fazer coisas. Mas não tinha...

P – O senhor é feliz?

DA – Muito.

P – E com a Editora? O senhor se realiza aqui, não?

DA – Sim. Para mim é uma coisa muito importante. Eu estava falando que tinha 68 anos. No fundo, a minha idade está em torno de um século, porque eu nasci na primeira metade do Século XX e estou conversando com vocês na primeira metade do Século XXI. Eu diria que, para todos esses anos que vivi, fiz bastante, mas falta muito ainda o que fazer. E vou tentar fazer.

P – Que é...?

DA – Dobrar o tamanho desta empresa.

P – Em quantos anos quer fazer isso?

DA – Dá para fazer em três ou quatro anos, com o mercado pujante.

P – Se houver condições econômicas, de mercado, a concorrência cresce junto, não é?

DA – Claro! Cada um no seu lugar. Estou falando de crescer com o mercado. O

Domingo Alzugaray

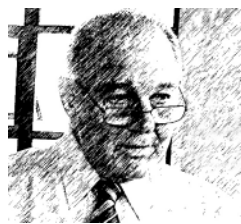
mercado cresce para nós e para os outros. Se fosse para pegar leitor dos outros, não precisaria que o mercado crescesse. Com o mercado atual dá para beliscar aqui, beliscar lá. Mas não é nem muito profícuo nem é o meu estilo. Sai muito caro. O Brasil tem boas revistas. Não é fácil entrar e dizer, Ah, vou pegar 10% da Veja...

P – Quando surgiu *Época*, todo mundo falava que ia tirar leitores da *Veja*, da *IstoÉ*. Não tirou e todo mundo cresceu. Quem perdeu foram os jornais, como um todo. As curvas dos jornais ficaram minúsculas naquela época, não na mesma proporção...

DA – Não acredito que tenha sido em função das revistas...

P – As pesquisas indicam que as revistas têm crescido e que os jornais têm caído. Muita gente prefere ver o noticiário condensado no final de semana...

DA – Revista é um produto lúdico. O jor-



“Acho difícil a possibilidade, mas se isso acontecer será na geração seguinte à nossa. Nossa geração é Roberto Civita, eu, Mesquita, Frias, Mino Carta... (Pensar em parcerias, fusões entre esses grupos editoriais) Acho que é muito difícil, nessa geração. Talvez os nossos filhos sejam mais inteligentes, menos passionais.”

nal, não, é informação. E aí sofre mais concorrência da internet do que das revistas. Por isso é que, a internet crescendo, o jornal tende a sofrer mais. A revista, não. Se você quiser ver aquilo que aconteceu na semana, relatado com fotos coloridas, com texto objetivo, curto, informativo... Este é outro item importante, o comprimento do texto. O texto de uma revista tem que ter a metade do material original. Há um episódio de Carlos Lacerda com Adolpho Bloch, muito engraçado. Uma vez, Bloch fez uma edição especial sobre o primeiro aniversário da morte de Juscelino Kubitschek

e pediu para Lacerda escrever um artigo. Ele disse para o Lacerda: “Olha, eu sei que vocês foram inimigos e coisa e tal, mas no final da vida se juntaram... Então, escreve uma coisa sobre Juscelino, uma homenagem...” Lacerda achou boa a idéia e dois ou três dias depois chegaram 30 laudas na redação da Manchete. Adolpho ficou apavorado, pegou o telefone e falou: “Carlos... Trinta laudas de texto, Manchete não publicou nunca! Trinta laudas de texto é mais do que todo o resto do material da revista. Não dá. Você tem que me mandar duas ou três laudas, no máximo!” E Lacerda

teria respondido: “Desculpe, Adolpho, mas eu não tenho tempo pra escrever pouco”. (risos) Isso realmente dá trabalho. A revista tem que pegar a matéria original e contar a mesma história na metade das páginas. Não dá para fazer cortes, tem que contar a história outra vez, em outras palavras.

P – O senhor acredita que há possibilidade, no futuro, assim como em outros setores da economia, de haver fusão de empresas de grupos editoriais brasileiros?

DA – Acho difícil a possibilidade, mas se isso acontecer será na geração seguinte à nossa. Nossa geração é Roberto Civita, eu, Mesquita, Frias, Mino Carta... Acho que é muito difícil, nessa geração. Talvez os nossos filhos sejam mais inteligentes, menos passionais.

P – O senhor acha que é um caminho natural?

DA – O mundo todo prova que é, não? O Murdoch está aí, a Condé Nast tá pra isso. São grandes grupos...

P – A própria Abril tentou isso algumas

vezes e acabou voltando atrás, não é?

DA – Vamos fazer apenas um exercício. Vamos supor que a gente se una com... *Época*. *Época* vai receber muito pouco a mais do que ela já é, nós também vamos receber muito pouco a mais do que já está aí... Somando as duas, não vai acontecer nada! Para haver uma fusão, as revistas têm que ser complementares, como eu fiz a fusão da revista *Senhor* com a revista *IstoÉ*. As empresas poderiam se fundir, não as revistas. Uma empresa que tem dez revistas, se funde com outra que tem dez revistas.

P – Pelo acompanhamento que *Jornalistas&Cia* faz há dez anos, que é o tempo em que nosso veículo existe, a *Três* talvez seja uma das editoras com um dos menores turn-overs do mercado. Como se explica isso? São os salários, benefícios, ambiente de trabalho? Ou um chefe justo, democrata e liberal? (risos)

DA – Primeiro, contratações bem pensadas. Para os cargos mais importantes, a gente pesquisa muito bem no mercado, conversa muito com os candidatos, para

ter a menor chance de erro possível. Depois, há uma preocupação nossa de sempre incentivar o pessoal aqui, de motivar, para que eles façam as coisas por prazer, não somente pelo salário – que acredito esteja dentro de uma faixa de mercado normal. Não que trabalhem exclusivamente por essa remuneração. A outra remuneração é emocional, né? Pelo fato de estarem participando de uma revista que eles também achem importante. Como eu acho, eles também acham.

P – Mas a gente sabe, porque conversa muito com os profissionais aqui da casa, que o senhor é meio duro na queda. Quando há uma vaga, precisa ter muita negociação, uma lábia, para convencê-lo a liberar a contratação...

DA – Uma coisa de que não gosto, à qual resisto bravamente, mas tive uma recaída dois anos atrás, são cortes. Isso eu deploro. Porque se cometem nesses cortes as maiores injustiças. E, pior do que isso, são um mau negócio, porque os bons é que saem. Os outros se defendem com muita habilidade e ficam. (risos)

Então, cortes eu nunca tinha feito nos primeiros 30 anos da editora.

P – Mas mesmo esse foi pequeno...

DA – Foi muito pequeno. Dois anos atrás fizemos um corte de 20 pessoas, na revista *IstoÉ*. Por quê eles ficam? Ficam porque têm um bom ambiente de trabalho.

P – O senhor se considera um bom chefe?

DA – Como diz o ditado, “quem tem chefe é índio, quem tem patrão é barco”. Eu me considero um bom diretor responsável.

P – Em relação aos jovens, como o senhor orienta as equipes no sentido do equilíbrio? Há uma preocupação em ter juventude e cabelos grisalhos na redação?

DA – Nós procuramos sempre a pessoa certa. A idade interessa pouco. Isso talvez seja porque eu já tenho uma idade respeitável...

P – Com quantos anos o senhor está?

DA – 73.

P – O senhor pensa em parar em algum momento? O senhor se prepara para isso?

DA – Bom, o ritmo já não é o mesmo de 20 anos atrás...

P – Quanto tempo o senhor dedica à empresa?

DA – Todas as horas em que estou acordado. (risos)

P – E aqui, in loco?

DA – Aqui, in loco, fisicamente, das 11 da manhã às 9 da noite.

P – É uma jornada respeitável...

DA – É, mas passa rápido.

P – Os leitores modernos têm cada vez menos tempo para a leitura. Como o senhor lida com esse cenário: lê-se cada vez menos e há cada vez mais veículos de comunicação?

DA – Temos que ser cada vez mais objetivos, sintéticos, na informação. Não pode

existir uma matéria de seis páginas. Não dá mais. A gente tem que ser objetivo e didático, bem claro, nada de figuras literárias.

P – Há algum treinamento nesse sentido?

DA – Não. Qualquer alfabetizado entende esse objetivo. (risos) Como eu falei no início: tem essa história aqui (pega uma revista na mesa), que está ótima, maravilhosa, em seis páginas; agora, conta a mesma história, com as mesmas informações, tudo igual, em uma.

P – Houve tempo em que as empresas jornalísticas mandavam um repórter fazer uma reportagem que levava um mês, dois meses. Hoje, com a falta de recursos, já não se vê mais isso. O senhor acha isso uma acomodação aos novos tempos?

DA – Não é uma acomodação, é uma adaptação aos novos tempos. É preciso respeitar o tempo do leitor. O leitor hoje tem muitas alternativas, muitas opções,

Domingo Alzugaray

que não tinha 20 anos atrás. Então, não posso pretender que o nosso leitor leia IstoÉ e não mexa com internet. Eu tenho que saber hoje que ele vai mexer com internet e vai ler IstoÉ. Então, preciso deixar tempo disponível, porque, se não, eu vou pagar o pato.

P – Sinceramente, se o **Hélio Campos Mello** (diretor de Redação da IstoÉ) chegar e disser que precisa fazer uma matéria na Amazônia e colocar um repórter três meses lá, a empresa ainda tem fôlego para isso?

DA – Depende da matéria. Eu diria que hoje somos mais críticos a respeito disso. Mas na semana passada publicamos uma matéria do gênero. Mandamos um repórter e um fotógrafo de Recife para baixo e foram fazer uma reportagem a respeito da situação da saúde pública. Isso levou três meses. Mas não é exclusivamente isso. Esse tipo de matéria ficou muito em moda na época da Realidade. Nós refizemos a Realidade, com os mes-

reio da Manhã, do Rio de Janeiro, que era um senhor jornal, o Diário Carioca, o Jornal do Brasil, que tinha sido todo reformulado. Um jornalismo de alto nível, em relação aos tempos. Se você pegasse esses mesmos jornais e colocasse hoje...

P – Nesse sentido, o senhor acha que a obrigatoriedade do diploma fez bem, fez mal...?

DA – A obrigatoriedade do diploma eu acho um exagero. O estudo, a cátedra de jornalismo é algo muito bom, ajuda a formar gente mais completa. Mas obrigar, a quem vai preencher uma vaga jornalística, que tenha feito o curso, é tratar o jornalismo como medicina; não é o caso. Um médico tem que ser obrigado realmente, porque o paciente corre risco de vida. Quem escreve um texto não tem esse tipo de problema.

P – Às vezes assassina o Português... (risos)

DA – Sim, mas o crime dele não é letal.

P – A gente soube que o sindicato esteve aqui, fez uma fiscalização forte, por causa de free-lancers... É uma realidade das

empresas hoje. Como é que o senhor resolveu isso?

P – Existe alguma limitação de tamanho de equipe, de editoriais novas...?

DA – Depende da revista. Cada publicação tem uma equipe básica que, antes de lançar, é analisada e determinada. Essa equipe pode aumentar em função de novas seções que aparecem e tal. Mas pode diminuir dependendo das circunstâncias do mercado. Aí respondo uma pergunta que não tinha respondido: em vez de cortes, uma coisa que faço quando preciso reduzir custos é impedir temporariamente a reposição de vagas. Solto uma portaria dizendo: nos próximos três meses, qualquer vaga, por funcionário demitido ou demissionário, não será preenchida. Fica congelada. Medida provisória. Depois, os bons tempos voltam e você tem a vaga.

empresas hoje. Como é que o senhor resolveu isso?

DA – Alguns jornalistas nossos preferem trabalhar como pessoa jurídica. É bom para eles, é bom para nós, fazemos. É uma decisão soberana. Ninguém pode obrigar você a ser empregado ou a empregar. Isso está equacionado e é irreversível. Na medida em que o tempo passa, as pessoas vão ficando cada vez mais independentes.

P – Como é o relacionamento da Editora Três com o Sindicato?

DA – Ninguém nos persegue. Tudo dentro da normalidade. Quando tem alguma coisa errada, eles aparecem e defendem os jornalistas, o que está dentro das suas funções.

P – Considerando um cargo como o seu, de editor de uma das principais revistas, e o noticiário que nem sempre é agradável, como é a pressão na sua vida pessoal? Quando sai um escândalo, que eventualmente envolve uma pessoa do seu relacionamento, como é a pressão em casa, como o senhor lida com isso?

P – Olhando um pouco para trás, para quando o senhor começou, na Abril, vindo da Argentina, o senhor diria que o jornalismo, hoje, está melhor, igual ou pior do que antes?

DA – Esteve sempre de acordo com as épocas. O jornalismo tem que acompanhar os tempos. O jornalismo de 50 anos atrás, quando eu trabalhava na Editorial Abril, de Buenos Aires, era um jornalismo adequado aos tempos, também. Época de Perón, uma Argentina muito rica. Anos 50, todo mundo endividado com ela por causa da guerra, porque tinha mandado alimentos para a Europa... Certamente o contrário do que aconteceu depois. Tinha uma revista chamada Esto És, de cujo título eu gostava e a primeira coisa que fiz quando cheguei ao Brasil e montei a editora foi registrar o nome IstoÉ. Não era uma revista importante, mas me impressionou muito na época. Quando cheguei ao Brasil, em 1957, 1958, tinha um jornalismo de primeiríssima linha, com o Cor-

DA – Como um ser humano qualquer. Há momentos em que você fica desanimado, perde a fé... Mas é preciso estar consciente de que se tem que reagir rápido, porque não se pode dar ao luxo de ficar desanimado. É claro que o desânimo me atinge como a qualquer ser humano.

P – Um editor da IstoÉ não pode ter amigos?

DA – (silêncio) ...Apenas amigos inteligentes, que entendam que a gente está fazendo o nosso trabalho e não que está perseguindo fulano ou cicrano.

P – Em resposta a uma pergunta semelhante, o **Roberto Civita** disse que no começo era até difícil, mas depois as pessoas aprenderam que não adiantava pressionar, porque a revista tem sua vida, tem seu curso. Ele falou que hoje a vida dele nesse sentido é muito confortável e que não sentia pressão; pode ser que a pressão chegue nos editores, mas ele, diretamente, já havia passado dessa fase.

DA – Não, eu não passei essa fase. Mas, de qualquer maneira, repito o que falei antes: amigo que se sente perseguido,

“O estudo, a cátedra de jornalismo é algo muito bom, ajuda a formar gente mais completa. Mas obrigar, a quem vai preencher uma vaga jornalística, que tenha feito o curso, é tratar o jornalismo como Medicina; não é o caso.”



não é amigo que mereça ser cultivado, não é?

P – O senhor recebe eventualmente pressões do governo ou de alguém do governo?

DA – Não. Claro que comentários existem, de gente do governo, de fora do governo, do seu próprio círculo, falando que essa matéria está exagerada, que aquela matéria está sensacionalista... Isso existe, mas sempre na base do comentário, da apreciação do material que você fez, não pretendendo mudar o que você está fazendo.

P – O senhor acha que o Brasil sai melhor

dessa crise toda aí?

DA – Eu acho que tem que sair, não tem jeito de sair pior. Nos últimos 20 anos esse País cresceu a média de 1% ao ano! Quer dizer, não pode ser pior do que isso. Então, que vai sair da crise, vai, e tem que sair muito melhor. Isso é o que me mantém animado.

P – O senhor acha que, para sair da crise, inevitavelmente, o Brasil deveria ter um outro presidente? Ou o Lula tem jeito?

DA – Acho que o Lula tem jeito, sim. Eu acho que eles caíram numa armadilha, Lula e sua equipe econômica, porque estavam sob suspeita. Todo mundo achava

que, entrando Lula e o pessoal dele na área econômica, iria haver uma farrá de inflação, populismo e coisa e tal. E eles quiseram provar que não, que não tinha nada disso. E exageraram na dosagem, porque fizeram a coisa de uma maneira tão dogmática que ficaram com fama de mais duros do que os seus antecessores.

P – Mas tem o lado da corrupção, que é mais ou menos inegável, não?

DA – Mas a corrupção não é macroeconomia.

P – De qualquer maneira, afeta a credibilidade...

DA – Sem dúvida, de alguma maneira... Mas a corrupção não tem nada a ver com os índices de inflação, nem com os juros que você paga no fim do mês.

P – Mas afeta a intenção de investimentos...

DA – Mas menos do que os juros, me-



Volkswagen

Domingo Alzugaray

nos do que o país estagnado. Eu considero que o problema que estamos vivendo hoje – e é grave por isso –, é um problema de incompetência. Porque se fosse apenas de corrupção você resolvia; nós convivemos com corrupção a vida inteira e sempre fomos em frente.

P – Então, como o Lula teria jeito se é um problema de incompetência do governo? Ele teria que trocar toda a equipe?

DA – Não digo toda, mas boa parte dela.

P – Ou se autotrocar?

DA – Se autotrocar não, porque ele não é incompetente. Ao contrário, ele é muito hábil na exploração das situações que vive, seja esta ou aquela. Ele se acomoda facilmente a qualquer situação. Mas tem que trocar as suas cabeças econômicas. Na minha opinião, o problema está aí. E não sou só eu quem fala isso, é a Dilma Rousseff, é o Furlan, é o ministro da Agricultura, o vice-presi-

dente, o Mercadante, todo mundo.

P – O senhor acha que a cobertura da mídia sobre a crise política é boa e justa?

DA – Acho que é justa, porque a situação é extremamente grave e tinha que ser coberta como foi, por todos os veículos. Não dava para por panos quentes. Ao contrário, acho que foi não somente justa como extremamente útil, pois obrigou o governo a tomar medidas rápidas, contundentes. Acho que em todo esse episódio a mídia fez a sua parte brilhantemente. Com todos os exageros que aconteceram, o saldo final foi positivo.

P – O senhor é eleitor no Brasil?

DA – Sou eleitor há 50 anos.

P – Votou no Lula?

DA – Votei no Lula, sim.

P – Politicamente, como é que o senhor se considera?

DA – Um *free-lancer*, um livre atirador. (risos) Eu não enxergo no Brasil, ainda,

partidos políticos consolidados, com filosofia definida. O único que parecia que era, o PT, não é mais. Então, no Brasil, todos nós, ou no mínimo eu, voto nos homens, voto nas pessoas. Por isso, votei no Lula. Por isso, na eleição anterior, votei no Fernando Henrique. Porque acreditava que esses homens eram capazes de fazer...

P – Essa próxima eleição tem um quadro muito favorável a dar novamente Serra e Lula. O senhor votaria em quem?

DA – Vai depender da performance da economia em 2006.

P – Hoje o senhor votaria em quem?

DA – Hoje votaria em Serra. Ou em Alckmin. Ou em Garotinho.

P – O senhor prefere o Alckmin em relação ao Serra?

DA – Há vários candidatos que, com feições muito diferentes, podem levar o Brasil para adiante. Eu acredito muito no Garotinho, por exemplo. Garotinho é um

sujeito de um pique fora do comum. E pragmático.

P – Ele não pode ir para o populismo?

DA – E qual seria o pecado? Que distribuisse dinheiro? Populismo seria... Quanto deu o superávit primário este ano? 50 bi. Quantas casas populares dá para fazer? Cinco milhões – “Então eu, Garotinho, que vou fazer cinco milhões de casas populares, sou um populista” O Palocci manda esses 50 bilhões para pagar os juros... (risos) Eu fico com o populista, se o populismo é isso. O populismo é uma palavra mal explicada também. Afinal de contas, populismo vem de popular; popular é povo; então, vamos pensar primeiro no povo e depois pensamos nos senhores investidores.

P – Perón era considerado populista.

DA – Ele era um populista. E numa época em que o populismo era mais esfarrapado do que hoje. Hoje tudo é privatizado, antes era estatizado. Então, o populismo daquele tempo foi dramático, foi mortal para países como a Argentina. Porque compraram a preço de ouro, por



“O Carlos eu diria que conhece os negócios tanto quanto eu, com a diferença que ele tem uma visão de 35 anos e eu, com o dobro disso. Mas ele está muito enfiado e toca toda a operação com muita eficiência. Estou muito tranqüilo a esse respeito.”

exemplo, as estradas de ferro, que estavam sucateadas por cinco anos de guerra, em que os ingleses não mandavam nada para cá. A Argentina comprou aquele ferro velho em troca de todo o ouro que tinha acumulado em cinco anos de guerra. Então, uma pitada de populismo, dependendo da época, pode até ser bom. Como foi que os Estados Unidos saíram da sua crise brutal no começo do Século XX, em 1929, 30, 31? Saíram com obras públicas! É isso que eu falo das cinco milhões de casas populares. Em vez de ficar dando bolsa-família, que é uma esmola mal disfarçada, dê empregos! Procure empregos! Se você construir cinco milhões de casas populares, vai gastar R\$ 50 bilhões. Desses R\$ 50

bilhões, 70% são renda da mão-de-obra. Os 30% restantes são renda do Sr. Gerdau, que vai vender um pouco mais de ferro, do sr. Antonio Ermírio, que vai vender um pouco mais cimento. Muito melhor do que fazer um bolsa-família! E vai gerar empregos. Isso seria classificado populismo. Nesse tipo de populismo até eu acredito, acho que é positivo.

P – Fizemos uma pesquisa e encontramos algumas denúncias de que a Editora Três faz matérias pagas. O caso da Firjan, por exemplo, teve muita repercussão. Como o senhor administra isso?

DA – Todo o nosso material que eventualmente é pago tem sempre a chancela de informe publicitário ou publieditorial. São duas palavras que usamos para ca-

racterizar o material pago. Aquilo que não está caracterizado como publieditorial ou informe publicitário não é matéria paga não. Aquela da Firjan, por exemplo, uma matéria que fizemos sobre o Rio de Janeiro, todo mundo achou que era muito positiva. É claro que era! O fato de ser positiva significa que é vendida? Reclamam que somos muito negativos, puxamos para baixo... Mas quando fazemos uma matéria positiva, mostrando que as coisas vão bem em determinado lugar, foi a Firjan que pagou?

P – A que o senhor atribui essas denúncias, esses ataques? Encontramos pelos menos uma seis coisas na pesquisa que fizemos...

DA – Mas não tem nada. A única em que existiu uma falha, e que a Folha publicou, foi numa reportagem sobre turismo no Paraná. A matéria tinha um selinho de patrocínio da Secretaria de Turismo do Estado do Paraná. Isso caracterizava ma-

téria paga. Na hora em que o pessoal do Paraná revisou o material, junto com gente da gráfica, acharam que seria melhor tirar esse selinho porque podia dar complicação. Tiraram o selinho e saiu a matéria assim. E claro que foi fácil depois procurar uma cópia da fatura daquele material e mostrar a reportagem que não tinha nenhuma... Mas, eu desafio a quem quer que seja a trazer para nós uma fatura de material que foi publicado como editorial e que nós faturamos e cobramos. A quem eu atribuo as denúncias? A interesses, às vezes espúrios, de concorrentes nossos, que querem denegrir a nossa imagem. Isso existe nas melhores famílias. É só falar mal do UOL – e o pessoal da Dinheiro costuma falar mal – e no dia seguinte pega... (risos)

P – Numa entrevista que o senhor deu ao Roberto Mulyaert, dois anos atrás, falou que acredita nas parcerias comerciais, e que só mesmo uma coisa muito séria o

faria ir contra os interesses de determinado anunciante que é um bom parceiro da empresa. Nas empresas comuns, isso é normal. Mas nas empresas jornalísticas, em que a gente fala que Estado e Igreja não podem se misturar nunca, como o senhor administra a relação do comercial com o editorial? Como o senhor orienta as equipes nesse sentido?

DA – Primeiro, se fazemos um pouco de sensacionalismo na área política, na área comercial não fazemos sensacionalismo nenhum. Mas se um grande cliente nosso cometer um ato qualquer, vamos noticiar isso da maneira mais sóbria possível, mas não vamos omitir essa informação do leitor. Jamais fizemos isso. E também não temos grandes parceiros comerciais; talvez o maior seja o Bradesco ou a Vivo. São clientes que não têm mais do que 2 ou 3% do nosso faturamento publicitário. Então, ninguém tem força suficiente para



Volkswagen

Domingo Alzugaray

nos obrigar a fazer algo que não quisermos fazer.

P – *Vamos falar um pouco sobre sua infância. O senhor...*

DA – Eu tenho um filho de 35 anos, Carlos, que está trabalhando comigo há uns 15 anos...

P – *Tem a Paula...*

DA – A Paula também, mas ela não trabalha aqui. Ela cria os meus netos. Mas o Carlos eu diria que conhece os negócios tanto quanto eu, com a diferença que ele tem uma visão de 35 anos e eu, com o dobro disso. Mas ele está muito enfiado e toca toda a operação com muita eficiência. Estou muito tranquilo a esse respeito.

P – *Mas ele fica mais na área comercial, e institucional também, pois participa da Aner, não é?*

DA – Mais na área comercial... Mas ele participa de tudo. Por enquanto, não diretamente na área editorial, mas aos pou-

cos vai entrando. Por exemplo, essa operação da Time Inc., tudo isso foi negociado por ele. Ele fez a negociação, levou adiante as conversações. E essa é uma operação eminentemente editorial, não só comercial. Já está entrando na área editorial.

P – *Fora do jornalismo e da Três, quais são suas outras atividades?*

DA – Convivo com a família, viajo mais ou menos freqüentemente... E nos fins-de-semana tenho uma fazenda em Ibiúna, na qual faço reflorestamento, planto eucaliptos e pinus.

P – *Criação também?*

DA – Não. Eu já tentei, mas é muito ruim. Além disso, a atividade de criar gado, cavalos, é uma atividade como a editorial: ela exige toda a sua atenção. Mas, plantar árvores, não. Você planta eucalipto, pinus, depois é só ficar sentado na frente, vendo as bichinhas subirem... (risos).

P – *O senhor planta com fins comerciais?*

DA – Era, quando eu comecei. Eu devo ter uns 500 mil eucaliptos. Todas as mudas me foram dadas por fábricas de papel, que incentivam esse tipo de coisa. Aí cresce aquele eucalipto. Você vai passando todo dia por lá. Eu tenho eucaliptos de 20 anos. Aí aparece por lá o madeireiro, aquele que corta e leva a madeira: “Quer vender a madeira?” Pergunto: “Quanto você paga o metro cúbico?” Ele diz: “O metro cúbico pago 30 reais.” E eu: “Quantos metros cúbicos tem esta árvore aqui?” “Aqui tem... um metro cúbico e meio.” “Quer dizer então que você vai me pagar 40 reais por esta árvore aqui, que faz 30 anos que plantei? Que está gorda, deste tamanho assim? Não corto! Obrigado.” (risos)

P – *Quarenta reais não valem a vida de uma árvore...*

DA – Não valem. É porque eu não sou um profissional, sou um amador. Porque os profissionais, com sete anos já cortam tudo. Eu tenho eucaliptos de 25,

“Hoje, com toda sinceridade, posso me considerar um brasileiro que nasceu na Argentina. Porque eu cheguei aqui 48 anos atrás e três anos depois estava casado com uma carioca do bairro da Tijuca. E tenho dois filhos paulistanos. Então, a minha vida toda é em português, a minha vida toda é Brasil. Ao contrário, quando vou para a Argentina, falo espanhol com mais sotaque ainda do que o português.”



30 anos. E os amo.

P – *O senhor está há 48 anos no Brasil mas ainda tem sotaque...*

DA – Acontece que eu cheguei aqui adulto e tenho um mau ouvido musical. É isso mesmo: quem não tem um bom ouvido musical, jamais aprende língua sem sotaque. Eu falo a língua portuguesa com a mesma fluência e correção com que você fala, mas nunca vou escapar desse sotaque, porque o sotaque é no ouvido. Meu ouvido não tem capacidade, por exemplo, de distinguir avô de avó. Além disso, o

espanhol, principalmente o falado na Argentina, é um idioma linear, não tem essas sutilezas da língua portuguesa.

P – *Ainda bem que o senhor não foi para o Japão... Lá é pior ainda.*

DA – Não. Falaria japonês tão bem quanto os japoneses. Só que com sotaque. (risos)

P – *O senhor suporta bem as brincadeiras de Brasil e Argentina?*

DA – Não somente as suporto como as estímulo. (risos) Acho que é simpático.

P – *O senhor hoje é um argentino que se*

adaptou ao Brasil ou é um brasileiro com uma raiz argentina?

DA – Hoje, com toda sinceridade, posso me considerar um brasileiro que nasceu na Argentina. Porque eu cheguei aqui 48 anos atrás e três anos depois estava casado com uma carioca do bairro da Tijuca. Estou há 45 anos casado com a mesma mulher, tenho dois filhos paulistanos. Então, a minha vida toda é em português, a minha vida toda é Brasil. Ao contrário, quando vou para a Argentina, falo espanhol com mais sotaque ainda do que o português. (risos) E por quê? Porque hoje estou pensando em português e traduzindo para o espanhol. Há muitos anos eu fiz o caminho contrário aqui, pensar em espanhol e me expressar em português. E tem também a dificuldade de serem idiomas mais ou menos parecidos, de vez em quando a gente faz confusão. Mas torço pelo Corinthians, meu ídolo é o Vanderlei Luxemburgo. Não tenho mais nada que me ligue à Argentina. Tive algumas editoras lá depois, mas hoje não, está tudo concentrado aqui.

P – *Vamos agora a um rápido ping-pong?*

P – *Uma pessoa inesquecível.*

DA – Victor Civita.

P – *Um sonho.*

DA – Fazer o império editorial que ele fez.

P – *Um amor.*

DA – Minha mulher, Cátia.

P – *Uma reportagem memorável.*

DA – A do Eriberto. (Nota da Redação: Reportagem de capa da revista IstoÉ, com o motorista Eriberto Batista, ex-motorista de Fernando Collor de Mello, confirmando denúncia de corrupção no Governo e que se mostrou decisiva no processo de impeachment do ex-presidente).

P – *Um filme.*

DA – Meus amores no Rio. (Nota da Redação: neste filme, o próprio Domingo Alzugaray, que atuou como ator em alguns momentos de sua vida, foi um dos galãs, contracenando com Jardel Filho)

P – *Uma atriz e um ator.*

DA – Glória Pires e Jardel Filho.

P – *Uma música.*

DA – *A noite do meu bem*, com Dolores Duran.

P – *Um cantor e uma cantora.*

DA – Roberto Carlos e Elis Regina.

P – *Um país e uma cidade.*

DA – Brasil e São Paulo.

P – *Um ídolo.*

DA – John Kennedy.

P – *Uma invenção.*

DA – O celular.

P – *Uma estrela.*

DA – Vênus.

P – *Um político.*

DA – Fernando Henrique Cardoso.

P – *Um jornalista.*

DA – Samuel Weiner.

Expediente

PROTAGONISTAS da Imprensa Brasileira é um informativo produzido pela M&A Publicações e Eventos * Tel. 11-5575-1643 * Diretor e Editor Responsável: **Eduardo Ribeiro** (eduribeiro@jornalistasecia.com.br) * Editor Contribuinte: **Wilson Barancelli** (barancelli@jornalistasecia.com.br) * Assistente: **Fernando Soares** (fernando-soares@jornalistasecia.com.br) * Projeto Gráfico e Diagramação: **Paulo Sant'Ana** (pr-santana@uol.com.br) * Circulação e Publicidade: **Silvio Ribeiro** (silvio@jornalistasecia.com.br).