

BATE PAPO

O VELHO TIGRE

Passou quase despercebido, nos meios publicitários, há poucos meses, o desaparecimento de Bastos Tigre. Injustiça foi. O autor de "Moinhos de Vento", que teve um lugar à parte na vida literária do seu tempo, e deixou algumas páginas que ficarão nas antologias como obras primas de humorismo, foi também publicitário e representa uma fase das mais curiosas na evolução da Propaganda no Brasil.

Engenheiro formado pela Politécnica em 1906, Bastos Tigre viveu nos Estados Unidos, tendo trabalhado para a General Electric em Schenectady cerca de dois anos. Voltou ao Brasil em 1909 ou 1910 e reingressou na boêmia literária que antes frequentara, ao mesmo passo que procurava encaminhar-se na engenharia. As rodas boêmias o empolgavam, porém. Ele era da literatura e não da técnica. Olavo Bilac, Emílio de Menezes, Leoncio Corrêa, Guimarães Passos eram seus companheiros de mesa e de bar. Bem mais jovem que os outros, identificava-o com eles a grande vocação literária, o gênio irreverente, o fraco pelas grandes noitadas.

Acontece que seus companheiros de caravana, principalmente Bilac e Emílio, eram, nessa época — Bilac se iniciara, desde muito, no gênero — redatores eventuais de propaganda... No próximo Anuário de Imprensa, de PN, publica uma longa reportagem sobre o assunto, em que mostro ter sido Bilac — sem desdouro do seu título de Príncipe dos Poetas — o precursor, ou se quiserem, o Pai dos Copywriters Brasileiros. Provavelmente ele abriria mão, gostosamente, dessa glória... Mas a verdade é essa. E' o primeiro redator de anúncios de que há memória em nosso meio.

Luiz Edmundo garante que o autor de "Ouvir Estrelas" ganhava semanalmente três, quatro vezes mais com a redação de quadrinhas de propaganda comercial, para os Fósforos Brilhante, para a Vela Brasileira e para outros "clientes", que com sua atividade jornalística. Até nisso foi um precursor... Foi numa roda de bar em que pontificava Emílio de Menezes que, por mero acaso, Bastos Tigre, já famoso como poeta, celebrador diário do "Correio da Manhã", entrou em contacto com a incipiente propaganda que então se fazia. Aconteceu em 1913. Conto a história por miúdo na Anuário de Publicidade. Desde esse dia, incorporou-se à nova profissão. Escreveu milhares de anúncios, geralmente em versos (era a moda...). Teve numerosos clientes, a Brahma inclusive. Deixou um sem-número de "slogans" ainda hoje em voga. Para o Peitoral Infantil: "No vidro é remédio, no corpo é saúde..." Para um restaurante famoso da cidade: "Quem tem boca vai a Roma..." Para a Bayer: "Se é Bayer, é bom..." "Para um tônico da mesma companhia: "Fortifica quem o toma, quem o toma forte fica..."

Mas o que marcou melhor a sua personalidade como redator publicitário foi a sua habilidade excepcional no maneja do verso. Artesão incomparável, Tigre deixou peças interessantíssimas, como as "Bromiliadas", em estilo camoneano, que durante anos publicou no "Don Quixote".

“Os homens de pulmões martirizados
Que, de uma simples tosse renitente,
Por continuos acessos torturados,
Passaram ainda além da febre ardente,
Em perigos de vida atormentados,
Mais de quanto é capaz um pobre doente,
Entre vários remédios encontraram
O Bromil que eles tanto sublimaram.

A técnica publicitária de Bastos Tigre foi superada. Os tempos são outros. Os processos mudaram. A concorrência é hoje agressiva. A luta pelo mercado é feroz. Tigre era de uma geração que amava as frases de espírito, as grandes “trouvailles”. Os anunciantes preferiam falar à inteligência e não ao bolso dos possíveis clientes. Tudo mudou. Mas Bastos Tigre será sempre um dos mais curiosos capítulos da história da propaganda no Brasil.

Origenes LESSA

Rio, 17 de abril de 1958

“SHOPPING NEWS”

DE SÃO PAULO

Administração - Redação - Publicidade
Oficina - Circulação

Rua Santo Amaro, 342

Tels. 36-5333 - 37-4287 e 31-8830
