

PROJETO DE LEI N. 13.002/2014

A Câmara Municipal de Maringá, Estado do Paraná,

APROVA:

Outorga ao Senhor José Sanches Filho o Título de Cidadão Benemérito de Maringá.

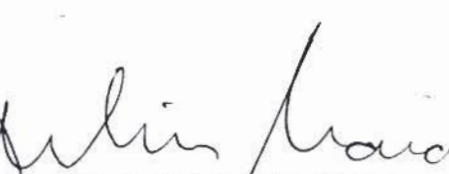
Art. 1.º Fica outorgado ao **Senhor José Sanches Filho** o Título de Cidadão Benemérito de Maringá.

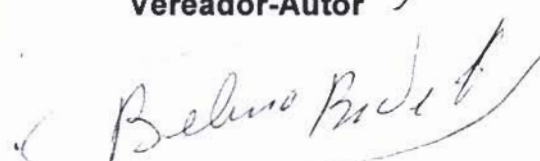
Art. 2.º O Diploma, a ser conferido nos termos do artigo anterior, ser-lhe-á entregue em sessão solene, em data previamente fixada pelo Presidente do Legislativo Municipal.

Art. 3.º Para fazer face às despesas decorrentes da execução desta Lei, a Mesa Executiva da Câmara Municipal fica autorizada a utilizar-se de dotação própria, consignada no Orçamento vigente.

Art. 4.º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Plenário Vereador Ulisses Bruder, 26 de julho de 2013.


ULISSES DE JESUS MAIA KOTSIFAS
Vereador-Autor


Belino Bruder


Antonio


ZENE DAR


Othmar


Carlos



José Sanches Filho: o barbeiro que se tornou o 1º Publicitário de Maringá

Como pioneiro de Maringá recebeu a Medalha do Sesquicentenário do Paraná, numa justa homenagem

Da infância em Uchôa, no Estado de São Paulo, onde nasceu em 1937, José Sanches Filho trouxe para Maringá apenas a profissão de barbeiro e muita vontade de vencer. No dia 31 de março de 1953 ele chega a Cidade Canção determinado a progredir. O irmão Lourenço já morava aqui, o que facilitaria um pouco as coisas para ele.

Da discreta profissão, logo passou a bancário e funcionário da Companhia Melhoramentos Norte do Paraná (CMNP), responsável pela colonização da cidade. Mas o dinâmico rapaz, queria mais. Logo foi sondado pelo então gerente da Rádio Cultura, João Batista Francotti para trabalhar naquela emissora. Nascia aqui o grande interesse dele pela publicidade.

Em apenas seis anos em Maringá, o jovem rapaz progrediu tanto, que em 1959 montou o seu primeiro negócio: a **"Atual Publicidade"**, que ficou sendo a primeira agência publicitária de Maringá. A agência constava inclusive, no "Anuário Brasileiro de Propaganda".

No ano de 1975 vendeu a "Atual" para assumir o departamento comercial da TV Cultura de Maringá (Rede Globo). Neste cargo, ele permaneceu até o ano de 1979,



José Sanches Filho (com a medalha no peito) e esposa Nilce, orgulhosos pela homenagem, recebida do governador Roberto Requião, no Sesquicentenário do Paraná

quando saiu para trabalhar no ramo da suinocultura e apicultura.

Telesanches: Progresso

Disposto a ser novamente dono do próprio negócio, José Sanches Filho partiu para o ramo imobiliário. Foi em 1983 que fundou a Telesanches, empresa que compreende vários ramos de atividades, como a Imobiliária

Telesanches, a Telesanches compra e venda de telefones, a Telesanches Informática e Celular, além dos condomínios Ana Rosa, Cidade Campo, Maringá. A organização fundada por ele possui também a psicultura Piracema, que é responsável pela produção de alevinos, na cidade de Munhoz de Melo.

Considerado um dos mais experientes empresários do ramo da telefonia, José Sanches tem grande destaque na nossa sociedade ainda como um dos sócios-fundadores da Editora Central de O DIÁRIO do Norte do Paraná, da Rádio Jornal, da Rádio Guairacá de Mandaguari, além das rádios Clube, de Faxinal e da Cultura de Iporã. Foi como gerente da rádio Sociedade de Nova Esperança que conheceu sua atual esposa, Nilce Ferrari, com quem se casou no ano de 1962.

Hoje, os dois filhos do casal, José Atilio Sanches e Luiz Eduardo F. Sanches trabalham perto do pai, um na Imobiliária e outro no setor de psicultura. E a família ainda conta com Sandra Ferrari, sobrinha do casal, mas considerada como filha. Juntos os maringaenses formam um dos "clãs" mais prósperos e tradicionais da cidade.



Apaixonado pelo futebol, José Sanches Filho atuava como atacante, fazendo belos gols. A foto, histórica, é de 12.12.1953, mostrando o time do Internacional Atlético Clube, que mandava seus jogos no estádio da Cia. Melhoramentos Norte do Paraná, onde hoje é o Willie Davids e nela vemos: André, Everaldo, Béquinha, Oliveira, Arlindo e Enésio (em pé); Padeiro, Sanches, Waldir, Teleco e Pernambuco

José Sanches Filho, iniciador da propaganda em Maringá

O pioneiro maringaense **José Sanches Filho** pode muito bem levar o galardão de ter sido o iniciador da propaganda em Maringá e região, isso nos idos de 1950, ao fundar modesta agência de propaganda, quando a cidade era apenas um sonho a ser concretizado.

Criativo e habilidoso na venda de comerciais para rádio e jornal, Sanches impunha seu carisma conquistando sempre novos clientes.

Vejamos um pouco de sua história, a seguir.

"A primeira agência de Publicidade: **Publimar**, de **José Sanches Filho**, foi a criadora de comerciais inesquecíveis. Das Casas Jaraguá (vendia tecidos) que estava liquidando tudo (hoje a palavra mágica é promoção). A Jaraguá estava, então, "lavando a égua"... O quadro: uma égua (de verdade!) instalada na calçada, fazendo a festa dos transeuntes e enchendo a burra do proprietário (o "Compradre Frederico"). A Retificadora Maringá, anunciando a segurança que sua empresa oferecia, tocava uma música de seu carro à Retificadora Maringá". A música da mexicana Sarita Montiel (famoso dublê de cantora e atriz), La Violetera, fazia muito sucesso na época, a Casa Principal, num trocadilho da melodia e letra, mandava ver: "compra-me um sapatito, um sapato bem bonito, lá na Casa Principal". As Casas Franklin, que também vendia tecidos, valendo-se de ditado comum na época, botou cobra pra fumar... Uma cobra, de bom tamanho, uma sucuri de mais ou menos 5 metros, empalhada, mortinha da silva, mas com um cachimbo na boca, cheio de incenso, não parava de soltar fumaça. A loja ficava sempre cheia de gente, vendo a "cobra fumar" e, logicamente, comprando. A Casa Kacim vendia confecções masculinas e femininas, em certa ocasião, liquidava, ou vendia "bem baratineo" a vestimenta inferior masculina, então, "o Kacim desceu as calças". Depois das calças baixadas veio uma outra, que significava uma espécie de confusão, de reboliço, para anunciar suas mercadorias: um ventilador permanentemente ligado fazia a movimentação constante de penas, assim, na Casa Kacim "era só pena que voava"...

Depois da Publimar, veio a **Atual Publicidade**, também de **José Sanches Filho**, em sociedade com Ademar Schiavone e Sebastião Gomes da Costa, que depois montou a Zum Publicidade. Sebastião formou-se em Direito pela UEM (segunda turma) em 1971, quando nossa Universidade ainda não era oficializada, estava em processo de implantação."

Texto extraído do livro "A história em conta-gotas" de Osvaldo Reis, onde relata parte das atividades do publicitário José Sanches Filho, hoje empresário bem sucedido, dirigindo com os filhos a Telesanches.

O DIÁRIO

"Em festa que reuniu mais de 600 pessoas, oficialmente foi inaugurado no dia 29 de junho de 1974, O DIÁRIO do Norte do Paraná, jornal que 30 anos depois se tornaria o órgão de imprensa mais tradicional e respeitado da região. Talvez este tenha sido o momento em que Maringá entrava na era do off-set e o panorama do município no cenário local, regional e estadual começava a mudar. A inauguração de O DIÁRIO teve repercussão nacional e a fita descerrada por Samuel Silveira juntamente com o deputado Ary Lima (Arena) simbolizava mais que a inauguração de mais um jornal, significava um marco na imprensa maringaense.

As fotos e a matéria sobre a festa, publicada uma hora depois da inauguração foi uma surpresa para o público; pois estava diante de um jornal produzido com equipamentos considerados os mais modernos do mundo. A primeira edição

saiu com 72 páginas e a equipe de profissionais era composta por 50 pessoas. Maringá ganhava naquele dia mais 50 novos postos de trabalho ocupados por pessoas do próprio mercado local.

Equilíbrio nas notícias foi a meta proposta por Joaquim Dutra, Carlos Piovezan Filho, Samuel Silveira, **José Sanches Filho**, Clovis Bruno, Salvador Garcia Peres e João Dutra, sócios proprietários do jornal naquela época.

O grande homenageado da noite de 29 de junho de 1974 foi Samuel Silveira, um visionário que

revelou seu espírito empreendedor e pioneiro ao instalar a Rádio Cultura de Maringá em 1951 quando ainda não havia estradas, luz elétrica, nem rádios transistorizados. Em 1953, Silveira fundou o Jornal de Maringá e, três anos mais tarde chegava à cidade a Rádio Jornal, inaugurando a primeira programação musical de Maringá. As duas emissoras passaram a fazer parte de um grupo poderoso composto por 14 emissoras".

Texto extraído do tablóide dos 30 anos de O DIÁRIO, 29.6.2004.



Só para recordar. No coquetel de inauguração da loja "A Boa Compra" (2.12.1971), vemos na foto: Rubens Huergo, Jorge Fregadolli, José Sanches Filho, Marco Antonio Beschizza, João Carlos Gagliano Neto, Ivambergue Khun Pereira e Antonio de Paula Souza Bárbara



Nos 50 anos de fundação da Rádio Cultura de Maringá (30.6.2001) o diretor Joaquim Dutra faz sua saudação. Na mesa, sentados: José Sanches Filho está ladeado por João Paulino Vieira Filho, Samuel Silveira, Ademar Schiavone, Frank Silva e Paulo Mantovani



José Sanches Filho, João Pereira (radialista dos mais antigos) e Samuel Silveira, na festa do cinquentenário da Rádio Cultura de Maringá-AM, fundada por Samuel Silveira em 1951

MVC contra a apatia no comércio varejista

Depoimento de José Sanches Filho, pioneiro da publicidade em Maringá

Logo após o golpe militar, em 1964, a situação do país, como se sabe, passou por um total "silêncio obsequioso". Passada a euforia geral, a ordem era "apertar o cinto", isto é, que as pessoas gastassem somente o necessário. Nos longos, e aparentemente intermináveis dias e noites que se seguiram, a indústria e o comércio passaram por um prolongado período de recessão. As cidades estavam praticamente paralisadas com ausência total da habitual movimentação nas áreas de comércio. Muitos lojistas encaravam com preocupação o compromisso de vender para pagar as contas assumidas, diante da constatação da queda livre de até 70% nas vendas!

Tal volume de perda significava ficar em difícil situação. Muitos não agüentaram, passando a devolver seus estoques às indústrias, fechando as portas em seguida. Naquela época, atuando no autônomo departamento comercial da Rede Paranaense de Rádio, eu, particularmente sentia nossa tarefa como um sério compromisso diante do empresário, a considerar o respeito que aquele departamento inspirava como uma incipiente empresa de publicidade. Muitos que antes aplicavam bem dosadas e compensadoras verbas em publicidade passaram a considerar este investimento como gasto supérfluo.

Por melhor que fosse o anúncio, ninguém se arriscava a comprar quase nada, só mesmo o extremamente necessário. Nessa altura, também o nosso faturamento caiu em, no mínimo, 45% ao mês! Era urgente que se fizesse alguma coisa, pois a propaganda sempre fora investimento que assegurava retorno. Pelo andar da carruagem, a impressão era a de que, de fato, a propaganda significava tão somente uma despesa a mais para as empresas. Na época o principal veículo de publicidade era o rádio, já que o canal de televisão que por aqui chegava, era a TV Coroados de Londrina, com sofrível qualidade na imagem, por isso, poucos tinham aparelho de TV, e raríssimos anunciavam através daquela emissora.

Em conversa com Joaquim Dutra, então diretor superintendente das Rádios Cultura e Jornal, como também com o Hélio Barroso, diretor da Rádio Atalaia, manifestando minha preocupação com o quadro negativo, passei a eles minha sugestão no intuito de promovermos, em parceria, uma campanha motivacional em favor das empresas maringáenses. Para despertar o ânimo dos empresários, as 3 emissoras (todas AM) se comprometiam a subsidiar parte do investimento nas inserções publicitárias, exigindo em troca, preços indiscutivelmente tentadores, qualidade, confiabilidade, e quantidade significativamente massiva nas mensagens. Passei, então, a procurar o nosso campo empresarial no intuito de que encampasse a idéia participando da promoção.

Procurei em São Paulo um professor de marketing que tivesse comprovado

conhecimento na área de vendas. Foi quando encontrei Marcos Pontual, da Universidade Mackenzie, que se prontificou a permanecer por uma semana em Maringá, ministrando um curso para os vendedores visando "mexer" de maneira mais convincente com os possíveis compradores em busca da venda extra. Conseguimos arregimentar 10 lojas dispostas e apostar na idéia, participando da promoção. Cada uma delas se comprometia a sacrificar "pelo menos 3 produtos de procedência confiáveis a preços estritamente de custo, e o restante das mercadorias com pequeníssima margem de lucro.

Visando o sucesso da empreitada, fazia parte da nossa atuação, fiscalizar continua e permanentemente os preços, para o que chegamos a contar com a confiança dos lojistas para obter confirmação através das notas fiscais, tanto das compras como das vendas!

Nesse ínterim, o professor Marcos Pontual, no auditório da Rádio Cultura ministrava o Curso de reciclagem dos vendedores, em 2 períodos, de forma a não desguarnecer as lojas de todos os seus vendedores ao mesmo tempo. De segunda a sexta, a primeira metade dos vendedores participava do curso no período da manhã, enquanto que a segunda metade no período da tarde, absorvendo as mesmas lições passadas aos colegas da manhã. No sábado as duas turmas se juntavam na aula final da semana.

Os lojistas se entusiasmaram de maneira extraordinária, liberando seus vendedores, que proporcionaram uma surpreendente e numerosa frequência nos 2 períodos. Enquanto isso, o nosso departamento comercial, atuava como protótipo da agência que logo viria. A todo vapor preparava os cartazes e as faixas para os pontos de venda, assim como, os textos para as emissoras de rádio, elaborados dentro da técnica recomendada preliminarmente como infalível párea despertar o público alvo na divulgação, conhecida pela sigla AIDA (Atenção! Interesse! Desejo! Ação!).

Compartilhávamos as ideias com os vendedores das lojas de forma que estivessem totalmente a par de cada passo, e prontos para agirem como parceiros e co-responsáveis pela campanha. Tivemos a idéia de pedir a opinião dos vendedores no encerramento da campanha. Tínhamos tudo praticamente pronto, mas era importante que contássemos com a opinião dos balconistas, os guerreiros vendedores que estariam à frente na batalha. Quando era mencionado qualquer detalhe da campanha durante o curso preparatório, logo surgiram idéias brilhantes dos próprios vendedores que eram acrescentadas ao plano básico. O resultado deu exatamente além daquilo que buscávamos e, com isso, a explosão de idéias contribuiu para o êxito coletivo. A idéia passou a ser compartilhada por todos. Foi, sem dúvida, um grande momento de socialização da ação



José Sanches Filho

e seus resultados positivos.

O título definido para a campanha foi "Maringá, Vamos Comprar", gerando a sigla MVC. Por 3 dias seguidos, as chamadas nas 3 emissoras de rádio anunciavam o texto de chamada de forma bastante intensificada como se fazia necessário. "MVC vem aí, Aguardem!". No quarto dia, entrava no ar o texto de sustentação: "Maringá, Vamos Comprar, aproveitando agora as ofertas a preço de custo nas lojas identificadas pelo MVC!". Usando este mesmo texto como cabeça, seguiam-se outros textos com o acréscimo de 3 ofertas de 3 lojas diferentes em cada inserção, sempre em rigoroso rodízio. 100 mil panfletos eram distribuídos pela cidade nos 3 dias de chamada (sexta, sábado e domingo), mais 100 mil nos 5 dias da promoção (segunda a sexta). Os panfletos identificavam as 10 lojas, exibindo 3 ofertas de cada uma delas.

O sucesso do primeiro MVC foi tão marcante, que já na segunda edição o MVC contou com 25 lojas participantes e no terceiro, já com 45! O sucesso se multiplicava a olhos vistos!

Durante 55 dias a agitação foi tão contagiante que, além das novas adesões, muitos lojistas de forma desvinculada prorrogaram sua própria campanha dentro da mesma temática, o que contagiou toda a cidade. Psicologicamente, estava vencida a batalha, pois a partir do MVC o faturamento das emissoras de rádio voltou a crescer e o comércio adquiriu novo impulso nas vendas, retomando a agitação desejada mesmo durante um período tão repressivo como desestimulante. Prevaleceu para o comércio local e regional o sentido do tradicional lema: "a união faz a força". Seguidamente reeditado durante vários anos, o MVC contou com a inestimável contribuição do publicitário Sebastião Gomes da Costa (fundador da Zum Publicidade, que viria anos depois), então nosso editor de textos comerciais e idealizador das demais peças publicitárias.

E foi assim que o MVC ficou para a história na publicidade de Maringá, marcando o retorno da verdadeira valorização da publicidade, não como despesa arriscada, mas como necessário e rentável investimento, quando bem planejada e executada.

**"MVC vem aí,
Aguardem!"**

DO MÉDICO DA FAMÍLIA AO GRANDE CENTRO DE ESPECIALIZAÇÕES

Depoimento de
José Sanches Filho,
pioneiro da publicidade
em Maringá

Ainda nos anos 50, tínhamos o privilégio de contar com o médico da família. Evidentemente, esse médico era clínico geral. Por muito tempo ele era a última palavra na solução dos problemas de saúde de toda a família, de velhos e jovens, de homens e mulheres, da cabeça aos pés, com dedicação e atenção à solução de todo e qualquer problema do corpo humano indistintamente. Respeitados rigorosamente em seus diagnósticos passavam a merecer da população o devido reconhecimento pelo seu exemplar sacerdócio.

Na medida em que a explosão demográfica avança inconstantemente, os pequenos núcleos populacionais vão se transformando, de tal maneira que não há como evitar a divisão administrativa para o devido cuidado como área. Damesma forma acontece quando surgem complicações que vão além dos compêndios daquele abnegado profissional voltado para o ideal de atender a quem clamar. Assim, o espaço ocupado pelo clínico geral foi se tornando restrito em busca de um tratamento mais específico. Com o passar dos anos e o avanço científico as especializações foram se estabelecendo.

Nos bancos das universidades os futuros médicos passaram a aprender uma nova e prática divisão do corpo humano visando o tratamento adequado para cada região da nossa anatomia ou, da "geografia" da nossa composição física. Passávamos a ver e ouvir nova nomenclatura na área médica, com o surgimento dos médicos especialistas: cardiologista, oftalmologista, pediatra, ortopedista, ginecologista, urologista, otorrinolaringologista, dermatologista e outros.

Aos poucos o clínico geral foi encaminhando seus pacientes, após metódico diagnóstico que exigisse maior atenção, para médicos especialistas.

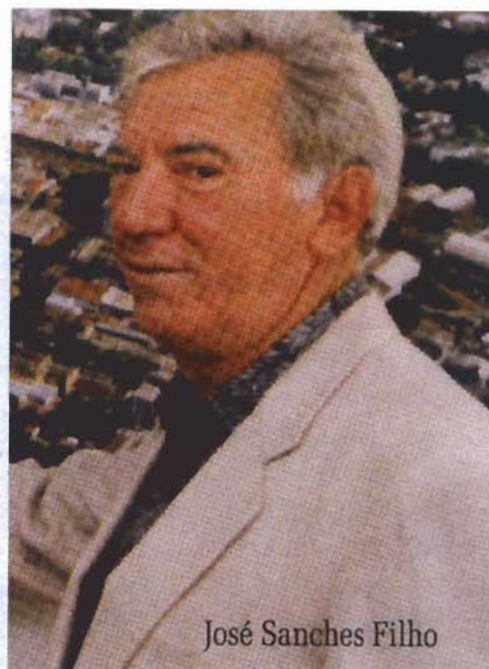
Presenciando esse tempo de tão importantes mudanças ocorreu-me a idéia de fazer um anúncio conjunto com os médicos especialistas que se estabeleciam em Maringá, de maneira que a população se conscientizasse da importância desses sucedâneos do médico da família.

O plano básico consistia na utilização do rádio (emissora da Rede Paranaense de Rádio - Cultura e Jornal, em Maringá) como veículo de divulgação. Nosso departamento comercial atuava com pretensões de uma agência de publicidade, tal era a efervescência de idéias na busca de solução para um mercado momentaneamente estagnado.

Visitando os médicos especialistas, pude explicar a eles como seria o plano em que todos tiveram significativa e proveitosa participação. As emissoras utilizadas foram de Apucarana, Mandaguari, Maringá (2 emissoras), Nova Esperança, Paranavaí, Campo Mourão, Cianorte, Cruzeiro D'Oeste e Umuarama, totalizando 10 emissoras em 9 cidades. Dentre os participantes, convém destacar aqui os que por mais tempo demonstraram fidelidade à idéia encampando-a por anos, e até décadas: Clínica do Coração, Dr. Pedro Widman; Clínica Infantil São Lucas, Dr. Itizo e Dr. Maurílio; Otorrinolaringologista, Dr. Eduardo Fróes da Motta; Clínica do Aparelho Digestivo, Dr. Alfredo Garcia; Clínica da Mulher, Dr. Walter Álvaro da Silva.... Muitos outros ainda, que não me vêm à memória momentaneamente.

A publicidade compreendia textos gravados chamando atenção para Maringá como grande centro de especialidades médicas. Como exemplo de texto: "Maringá, grande centro médico preserva sua saúde...[... a especialização de cada médico e arremate final com endereço e telefone]".

Cada texto relacionava até 3 médicos, com distribuição em rigoroso rodízio. Cada médico com sua especialização como ponto fundamental, endereço e telefone. Em cada inserção, um dos médicos merecia destaque com mais detalhadas



José Sanches Filho

informações, em uma intensidade de 15 textos diários em cada uma das emissoras contratadas.

Essa campanha teve duração de 2 anos, com grande sucesso, até chegar ao ponto em que cada um desses médicos especialistas passasse a anunciar individualmente a sua clínica. Tempos depois, seguindo a lógica desse cooperativismo incipiente, surgiu um edifício denominado Centro Médico Nilo Cairo, destinado à classe médica em suas várias especialidades.

Hoje Maringá desponta como grande centro médico do Paraná. Parece-me que, despretenciosamente, devo ter dado uma parcela de contribuição pelo menos em adiantar o que na verdade iria acontecer, a partir de uma singela idéia de cooperação na caracterização de Maringá como um grande centro de especialidades médicas.

Eis um dos marcantes e importantes momentos de minha caminhada como pioneiro na publicidade em Maringá. São frutos que faço questão de compartilhar com o ex-sócio e sempre companheiro de tantas jornadas, publicitário Sebastião Gomes da Costa (fundador da Zum Publicidade, em atividade de 1979 até 2002), atuante editor de textos comerciais e criador de peças publicitárias que alavancaram inúmeras e bem sucedidas campanhas de marketing. Momentos preciosos e inesquecíveis pelos caminhos pioneiros da publicidade, ou da propaganda, como queiram, em Maringá.

SANCHES, O TIO ZÉ

Texto: Sebastião Gomes da Costa

Este é, a meu ver, o melhor título para a história que agora vou contar. Quem dentre os da velha guarda, autênticos pioneiros da comunicação em Maringá, não conhece **José Sanches Filho**, que levante a mão! Claro que ninguém se habilita. Porque esse é o cara que fez e aconteceu na área. Convivi muito com ele. Brigamos e reatamos, sempre! O que restou, também sempre, foi a fiel amizade, daquelas curtidas em vaso de ouro.

Caminhamos por décadas nos auxiliando mutuamente dentro do lema "com uma mão se lava a outra, e com as duas, lavam-se os pés". Corria o ano de 1965, mês de março, em que se comemorava um ano de implantação do golpe militar que perduraria por mais de duas décadas. Exatamente por esse tempo, foi que o nosso amigo comum, o professor A. A. de Assis recomendou este "escriva" para preencher a lacuna como redator de textos comerciais no departamento comercial da então Rede Paranaense de Rádio.

Convém aqui abrir parênteses para registrar no mesmo "cesto", os chefes e os índios daquela tribo: Samuel Silveira, Joaquim Dutra, Carlos Piovezan Filho, Ademar Schiavoni, Antonio Augusto de Assis, José Sanches Filho, Sebastião Gomes da Costa, Maria José Garcia, Francisco Rocamora, Ardoal e Artílio Linjardi, Frank Silva, Orlando João Zenaro Manin, João Pedreira da Silva, Moacir Saver [Saveli?], Enes Mendes da Rocha, Osvaldo de Oliveira, Antonio Paulo Pucca, Leonardo Pereira da Silva, Waldemar Giovanini, Otacilio Cabral, Ari Bueno de Godói, Francisco Garcia [argentino, "pero" humilde], Edvaldo Ribeiro, Luiz Carlos Vecchi, Loreto Agnaldo Buchowski, Rosa Xavier, Pedro Luiz dos Santos, Moacir Marques de Abreu e tantos outros inesquecíveis companheiros, que é até bom deixar de reserva para que o assunto continue em outra oportunidade!

Aquele núcleo de comercialização de mensagens radiofônicas funcionava como locomotiva das emissoras, e as idéias que brotavam na cabeça do Sanches botavam lenha na fôrnalha e ganhavam corpo nas programações das rádios Cultura, Jornal e demais emissoras da Rede: Campanhas malucas e bem sucedidas, como "Lavando a Égua", "MVC" (Maringá, vamos comprar!), "Kacim Baixando as Calças", entre muitas e famosas outras, em especial a campanha que gerou a idéia de um centro especializado em Maringá, quando até então na área se falava tão somente em clínico geral e ou cirurgião.

O Chico Rocamora servia o mercado local, ocasionalmente, com uma gravadora de comerciais (jingles ou spots) naqueles discos de alumínio revestidos com acetato. Como o Chico, obviamente, não podia estar em dois lugares ao mesmo tempo, na maioria das vezes levávamos as idéias para serem gravadas na Rádio Paiquerê de Londrina. Foi lá que

conhecemos o tri-prefeito (por enquanto!) de Londrina, Antonio Belinatti, que faturava alguns cachês de locução gravando para os acetatos.

Em pouco tempo Maringá já passava a contar com gravadoras regulares, como a do Ermireno H. Ornaghi, a Êmece, do Marurício Cadamuro. Naquele período, um dos locutores que vinham semanalmente faturar um cachezinho extra na gravação em acetato, era o Álvaro Dias (ele mesmo, antes de candidatar-se, pela primeira vez, a vereador em Londrina, nos idos de 1968, culminando sem deputado federal, senador, governador e senador de novo!). José Sanches filho e Ademar Schiavoni, molas mestras daquele departamento comercial, perceberam que o horizonte ia muito além do que parecia. Então resolveram criar a primeira agência de publicidade da cidade, chamando mais uma vez, este jornalista, para também compor a história da Atual Publicidade de memoráveis campanhas (houvera antes a Publimar, que, embora se denominasse como agência de publicidade, na verdade dedicava-se ao ramo de pesquisas no campo empresarial). À Atual coube a honrosa incumbência de representar para o Norte Novíssimo e Noroeste do Paraná, a Rede Globo, que chegava através da TV Tibagi de Paulo Pimentel em 1969.

O trabalho exigia um batalhão sempre atento, e foi assim que preciosos outros companheiros foram chegando para enriquecer a "folha corrida" de um tempo de muitas alegrias na Atual, que contava com sua própria gravadora em fita e acetato e uma animada parceria no serviço de produção ara TV em filme de 16mm: Newton Lima, Rubens Huergo, Jorge Fregadolli, Ubiratan Kuhn Pereira, Nelito Chagas, Lindolfo Luiz Silva, Edésio Germiniasi, Marco Antonio Beschizza, Sebastião Carvalhais Sunsin, Elom Bragança, Sebastião Sobrinho, Frambel [Coelho] Carvalho, Evilásio Rios Maldonado, os irmãos Moracy e Sérgio Jacques, Nelson "Jaca" Pupim, Aléxis Mendes – o sobrinho que evocou a nova nomenclatura, gerando o "Tio Zé", "Dom" José Telmo Arévallo [também argentino, "pero también" humilde].

Paralelamente, Sanches, seu irmão Orlando e o cunhado Osvaldo Mesquita, começavam a mudar a face do jeito de fazer rádio em Mandaguari, adquirindo o controle acionário da Rádio Guairacá, que passava a denominar-se Rádio Atual Guairacá. A Atual Publicidade, por sua vês, acabou virando Grupo Atual por algum tempo, até extinguir-se por força de outros projetos do Sanches. Mas por pouco tempo, pois logo em seguida viria a fase da Nova Atual, onde convivemos com Reginaldo Nunes Ferreira, Edson Coelho Castilho, Orlando Getúlio Müller, Helena (?), Silvio dos Santos, José Carlos Andrade, Andradina e muitos outros de curta passagem. Com a inauguração da TV Cultura (antes da era global!), o Sanches, convidado por Samuel Silveira, foi "de mala e

cuia", com Costa e João Batista Francotti, para as antigas instalações do Instituto Filadélfia, na Zona 5. Encerrava-se a etapa da Nova Atual.

Algum tempo mais tarde, em sala que compramos em sociedade no Condomínio centro comercial, aí dei início à caminhada da Zum Publicidade, quando chega novamente o Sanches para compartilharmos o acanhado espaço com sua entrada triunfal no ramo de compra e venda de linhas telefônicas em parceria com a Lourdes Refundini. Já que o telefone e o endereço estavam conhecidos por Zum Publicidade, porque não usar o nome para a nova empresa? Surgiu então a Zuntel (de Zum Telefones), que transformou-se algum tempo depois, na Telesanches.

José Atilio, o "Juninho", e Luiz Eduardo juntavam-se aos projetos de expansão do pai. E os da Telesanches tentáculos se estenderam: Imobiliária Telesanches, apiários no nordeste brasileiro (Ceará e Piauí), loteadora, piscicultura, hospedaria praiana no litoral catarinense, Telesanches Celulares etc. Muito ainda se tem por falar acerca deste "espanhol" que se especializou em fazer amigos, desde os velhos tempos de Guaracá, no Estado de São Paulo. Ali, como profissional de cabelo e barba aos 13 anos de idade, dava voltas e mais voltas em torno da cadeira de barbeiro. Navalha em punho, contando e escutando "casos impressionantes" que nem ele mesmo poderia imaginar que acabariam se tornando ingênuas historinhas, se comparadas à sua real epopéia como peça insubstituível no pioneirismo da publicidade norte paranaense.

Umdia, quem sabe, o garotão septuagenário Sanches acabe por acatar uma sugestão que passei a ele há algumas décadas atrás. Sim, está faltando aqui pelo centro de Maringá, um lugarzinho feito para matar saudades da velha guarda, onde os que se enquadram no perfil de pioneiros bem resolvidos da comunicação se encontrariam semanalmente para tomar um caldinho e mocotó, um suquinho, comes e comes etc., trocando idéias com o Tio Zé, o Sanches velho de guerra. Ali, no Sanches Lanches. Com ele na cabeça dá certo.

Quanto mais o tempo passa, mais o Sanches capitaliza idéias! Mas tenho certeza de que, no fundo do coração ele sabe que o bem mais precioso está nas vidas com quem ele tem vivido até aqui, nesta fase amadurecida da vida, e que haverão de estar sempre ao seu lado: sua Nilce, que tem um lugar especial também no coração da minha Lucia como no seu coração; seus filhos, juntamente com a "sempre filha" Sandra, noras, netos, demais parentes e incontáveis amigos.

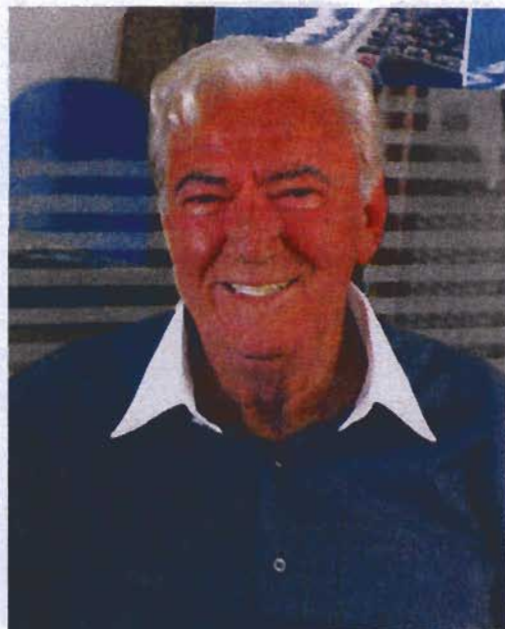
"Seja qualquer o que for, já o seu nome foi nomeado, e sabe-se que é homem, e que não pode contender com o que é mais forte do que ele." (Eclesiastes 6:10)

Sinceramente, do amigo de sempre, Sebastião Gomes da Costa.

JOSÉ SANCHES FILHO

PIONEIRO ASSOCIA LIDERANÇA E TRABALHO COM AÇÃO SOLIDÁRIA

HOMEM DE HÁBITOS SIMPLES, DE ESPÍRITO SOLIDÁRIO E LARGA VISÃO EMPRESARIAL, COM PARTICIPAÇÃO SIGNIFICATIVA NA VIDA COMUNITÁRIA DE MARINGÁ



José Sanches Filho chegou a Maringá no dia 30 de março de 1953, com 15 anos de idade, 3 dias antes de completar 16. Veio de Guaraçaí, Estado de São Paulo, porém nasceu na cidade de Uchoa. Um dia após sua chegada, começou a trabalhar em um salão de barbeiros que funcionava onde está hoje a Loja Genko, na Avenida Brasil, esquina com Avenida São Paulo. Em 1954 passou a trabalhar no Banco Moreira Sales. Em 1956 passou a fazer parte do departamento pessoal da Cia. de Melhoramento Norte do Paraná, onde permaneceu por 11 meses. Em 1957, tornou-se auxiliar de escritório e vendas de artigos escolares na Livraria Bandeirantes.

Em 1959, a convite de João Batista Francotti, foi trabalhar na Rádio Cultura de Maringá como publicitário. Em dezembro do mesmo ano, José Sanches Filho fundou a primeira agência de publicidade de Maringá, a Publimar, tendo como sócios Manoel Chagas e João Batista Francotti. A agência angariava anúncios para a Rádio Cultura, Rádio Jornal e O jornal de Maringá.

Em 1963, o grupo vendeu a Publimar. Em 1964, com 80% de uma agência e 20% de Sebastião Gomes da Costa, Sanches liderou a fundação da mais completa agência local de publicidade da época, a Atual Publicidade, que contava com departamentos de redação, arte, gravação de spots, jingles e filmes de 16mm para TV. Ingressou depois um novo sócio na agência, o jornalista Ademar Schiavone, hoje presidente da Academia de Letras de Maringá.

Em 1974, após 10 anos de funcionamento da agência, e com a saída dos sócios Sebastião Gomes da Costa e Ademar Schiavone, Sanches vendeu-a para o grupo Cunha Rego, que a transferiu mais tarde ao jornalista Edmundo Albuquerque. José Sanches Filho foi também sócio fundador de O Diário do Norte do Paraná, que entrou em circulação nesse mesmo ano. Fez parte, ainda, do grupo piloto de formação da TV Cultura de Maringá, que tinha 23 sócios, entre os quais Dom Jaime Luiz Coelho. Em 1975, Sanches passou a trabalhar na TV Cultura como diretor comercial, permanecendo até 1979.

Em 1977, José Sanches Filho adquiriu, juntamente com Orlando Sanches e Osvaldo Mesquita da Silva, a Rádio Guairacá, na cidade de Mandaguari. E com esse mes-

mo grupo adquiriu nos anos seguintes a Rádio Cultura de Iporã e a Rádio Clube de Faxinal. Em 1983, comprou uma participação de 20% na Rádio Jornal de Maringá.

Em 1984, Sanches fundou a Imobiliária Telesanches Ltda., passando a atuar no ramo de locação, compra e venda de linhas telefônicas no mercado paralelo até o ano de 1997. Após a privatização das telecomunicações, passou a atuar somente no ramo de imóveis e em telefonia móvel celular.

Trabalhou também na área de suinocultura, com a produção de 200 suínos para abate por mês. Atuou ainda com apicultura, no Ceará e Piauí, e também com avicultura em Mandaguacu (PR).

Em 1994, juntamente com seus filhos José Atílio

"O importante nessa vida é participar da vida em comunidade, fazer amigos, preservar a família e a saúde e, nesse contexto, buscar ser feliz"

Sanches e Luiz Eduardo Ferrari Sanches, construiu um conjunto de sobrados para locação, denominado Vivenda MARINGÁ, na praia de Itapoá (SC).

Hoje Sanches tem também empreendimentos na área da piscicultura, com laboratório para produção de alevinos com 51 tanques em Munhoz de Melo (PR), com escritório de vendas em Maringá, no final da Avenida Kakokawa. Enquanto isso, continua com a Imobiliária Telesanches no ramo de imóveis.

Casado com Nilce Ferrari Sanches desde 8 de maio de 1962, o casal já tem, além dos filhos, seis netos: Hugo, Maria Alice, José Francisco, Lislaine, Tarso e Nina. Com a família criaram a sobrinha Sandra Ferrari, considerada como filha.