

# Empresários sob os holofotes

*Por negócios ou por  
prazer, nomes conhecidos  
do mundo empresarial  
buscam um espaço  
nas telas da tevê*

CAROLINA GUERRA

**T**ODAS AS TARDES DE QUINTA-FEIRA A SALA de estar da casa de Celso Moraes, dono da indústria de chocolates Kopenhagen, é invadida por câmeras, cabos e canhões de luz artificial. O silêncio impera no local. "Gravando", diz o diretor. Então, o local vira cenário para o programa de televisão *Celso entre amigos*, de transmissão nacional, que estreou na Rede Bandeirantes há cerca de um mês. No programa, exibido às quintas, à Oh30, Celso recebe um convidado, em geral um cantor da MPB, e ambos dirigem-se para o seu piano - uma bela peça transparente, de acrílico, importada dos Estados Unidos. Ali, anfitrião e convidado tocarão e cantarão clássicos da bossa nova e, confor-

**ENTRE AMIGOS:**  
Celso Moraes, da  
Kopenhagen, recebe a  
cantora Fernanda  
Porto no programa  
gravado em sua casa

me a ocasião, algumas composições do empresário. Não existe pretensão de que o programa dê lucro - até porque a Kopenhagen, uma empresa de capital fechado, arrecada R\$ 150 milhões por ano. "Apresento o programa por hobby", disse Moraes à DINHEIRO. Ele

é o mais recente membro de um grupo de homens de negócios com um pé no estrelato. Antes dele, nomes como os de Roberto Justus, Álvaro Gamero e José Maurício Machline já se dividiam entre a vida no escritório e outra em frente às câmeras. E mais gente, como Abílio Diniz, do Grupo Pão de Açúcar, está se preparando para estrear.

Prazer e negócios se confundem na decisão dos empresários de buscar um espaço na ribalta. Nos Estados Unidos, a força da televisão ajudou a inflar as fortunas de gente que já era reconhecida no meio empresarial. Lá, os casos mais notórios são o de Martha Stewart, dona de uma fortuna de





US\$ 970 milhões e da empresa de marketing Living Omnimedia, e o do magnata do ramo imobiliário e dos cassinos Donald Trump, que ganhou fama mundial como apresentador do reality show *The Apprentice*. Trump possui uma fortuna pessoal de US\$ 3,5 bilhões e costuma associar sua marca pessoal a tudo o que faz. No Brasil, traduzido para *O Aprendiz*, o programa abriu as portas do estrelato para o publicitário Roberto Justus, que, no entanto, gosta de ressaltar as diferenças entre seu estilo e o do protagonista do show original. "Temos estilos completamente diferentes", diz Justus, CEO do Grupo Newcomm. Para ele, que prepara a sexta edição do reality show, o programa, além de informar sobre o mundo dos negócios, pode funcionar até como vitrine para os anunciantes. "Alguns deles até já participaram. A Vivo e a Schincariol são exemplos de campanhas que foram ao ar no programa", diz.

Outros, como Moraes, da Kopenhagen, preferem usar o tempo nas telas para falar de seus outros prazeres. O

**EMPRESÁRIOS-  
CELEBRIDADES:**  
Justus, Trump, Abílio (no  
alto, da esq. para a dir.),  
Martha Stewart,  
Machline e Garnero

próximo a ser visto na televisão pode ser Abílio Diniz, que está em fase de negociações de um programa, com nome provisório de *Escolhas*, que deve ter como tema a procura de um estilo de vida saudável. Este também é o caso de Álvaro Garnero, um dos diretores da Brasilinvest e apresentador do *50 por 1*, programa de viagens da Rede Record que está em sua segunda temporada. Pelo fato do programa exigir que Garnero vá a muitos lugares, a solução encontrada por ele foi trabalhar à distância. "Só no ano passado foram mais de 200 dias fora do Brasil. Tive que despachar e participar de conference calls de toda parte do mundo. Mas deu certo", conta.

"Nomes também são marcas, e

como tal, estão sujeitas à aprovação do público", afirma Guilherme Belluzzo, sócio da consultoria de marcas Top Brands. "Na **televisão, a visibilidade que se ganha é quantitativa e não qualitativa. No mundo dos negócios, há quem questione a superexposição**", diz. Para alguns, mais do que isso, a empatia com a nova atividade pode representar até uma mudança nos rumos profissionais. Foi o que aconteceu com José Maurício Machline, um dos precursores entre os empresários-apresentadores. Cantor e criador do antigo Prêmio Sharp de Música, Machline estreou diante das câmeras nos anos 90, quando era herdeiro e executivo do grupo que comandava, no Brasil, os negócios com a marca japonesa Sharp. Apresentava um programa de entrevistas com celebridades batizado de *Por, Acaso*. A Sharp saiu da mão dos Machline e a atração foi extinta há cinco anos. Mas Machline não deixou o show biz. Hoje, atua nos bastidores do mundo artístico com a organização do Prêmio TIM, financiada pela operadora de celulares.