

# Sapo de Fora



Por **Cid Torquato**

**N**ão sobreviveria dentro de uma agência nem um dia"

**Revista da Criação — Para que serve a publicidade?**

**Carlinhos Moreno** — Sua função básica é informar. Depois é vender. Claro que, para se destacar em um contexto de overdose de informação, é necessário fazê-la de uma maneira convincente, memorável, para poder se fixar na cabeça das pessoas.

**RC — A publicidade é formadora de opinião?**

**Moreno** — Até poderia ser, mas não acho que tenha essa capacidade de influenciar a vida das pessoas, mudar suas cabeças. O que ela faz é captar, como uma antena, as vontades e comportamentos que estão atuantes. Ela absorve e devolve alguma coisa que já está acontecendo. Porém ela deveria ter uma função social maior, aproveitando mais seu poder potencial.

**RC — Como assim, função social?**

**Moreno** — As campanhas sobre Aids, por exemplo, por sofrerem interferências de verbas de ministérios e setores religiosos, não falam abertamente. Gostaria de ver mais campanhas de conscientização, de cidadania, batendo na mesma tecla de como você deve se cuidar, ou cuidar de sua cidade como um prolongamento de sua própria casa, coisas desse tipo.

**RC — Publicidade é cultura?**

**Moreno** — A publicidade é efêmera, por sua própria natureza, mas é cultura na mesma medida em que a moda é cultura. Em alguns casos, com idéias hipercriativas, com qualidade de acabamento e produção, acaba, praticamente, gerando arte.

**RC — Qual é a relação da publicidade com a arte?**

**Moreno** — É muito difícil dizer "isso é arte, isso não é arte", e a Bienal está aí para provar. Existem tantas linguagens, tantas propostas, que o conceito de arte ficou muito amplo e maleável. Em termos de linguagem cinematográfica, ter que passar uma idéia e provocar uma emoção, em apenas trinta segundos, é um exercício criativo fantástico.

**RC — Ela faz parte do seu repertório cultural?**

**Moreno** — Claro. Através dela você consegue ter um panorama do que era a sociedade em determinada época. Basta folhear revistas e prestar atenção nos anúncios. Ou assistir aos comerciais exibidos no período.

**RC — Você acredita que nesses 20 anos o garoto Bombril chegou a provocar mudanças de comportamento?**

**Moreno** — Acho que ele não teve o poder de mudar comportamentos, mas foi fruto da grande percepção do Washington Olivetto, que antecipou, no personagem, certas mudanças do comportamento masculino que há vinte anos ainda eram tabu. Meu personagem interagiu com essas mudanças, mostrando ao público um garoto-propaganda que parece uma pessoa de verdade, com uma postura diferente da tipicamente masculina.

**RC — Como é esse homem?**

**Moreno** — As mulheres não aceitavam mais certas posições machistas e, para usar uma frase do Washington, talvez estivessem muito mais para Woody Allen do que para John Wayne. Os primeiros comerciais foram um choque, por mostrarem uma pessoa fora dos padrões de beleza habituais, totalmente falível, reconhecendo suas próprias limitações, suas próprias falhas, que não era um galã impecável, que não era o melhor, pelo contrário, admitindo que existem outras coisas boas por aí. Por esses motivos, no começo, se questionou bastante a masculinidade do personagem.

**Carlinhos Moreno** — ator

**RC — Seu personagem é "camp"?**

**Moreno** — Acho que não. Essa mudança de comportamento, assumindo defeitos, sua imperfeição, uma certa fragilidade e honestidade, há vinte anos talvez trouxesse uma conotação de homossexualismo. Hoje, o papel do homem na sociedade moderna é uma questão amplamente discutida.

**RC — Você gosta de publicidade?**

**Moreno** — Gosto, assisto e me divirto. Quando vejo um comercial bem realizado, engraçado, eu digo "esse filme eu gostaria de ter feito", parecido com quando vou ao cinema ou espetáculo e vejo algo que eu gostaria de estar fazendo.

**RC — Do que não gosta?**

**Moreno** — Depende. Tem coisas das quais não gosto porque são feias e agressivas esteticamente. Outras me incomodam por terem muito dinheiro envolvido e terminarem com uma produção oca, tipo bolo de noiva, com muito enfeite e pouca massa. Desperdiçam uma fortuna para não falar nada. Não gosto de certas padronizações de linguagem, como nos comerciais de tênis. Não sei se é o público que está pedindo ou se a própria empresa escolhe assim, porque viu o outro e quer fazer parecido. Fica tudo igual: muitas imagens, tudo meio tremido, e você olha e eles estão... vendendo tênis. Não cumprem a primeira função da publicidade, que é informar, dar ciência sobre as qualidades e vantagens do produto. Essa coisa da atitude, tão falada atualmente, na verdade, me incomoda. Outro fato que acho lamentável é a erotização infantil. E todo mundo tem culpa: a televisão, a publicidade, os clientes, a Carla Perez, a Xuxa, os pais que querem vestir suas filhas de mini-putinhas. Ver uma criança de 6 anos com batom na boca e shortinho aparecendo a bunda é deprimente.

**RC — O que você não faria em publicidade?**

**Moreno** — Campanha política eu não faço por dinheiro nenhum, apesar de já ter tido propostas indecentes de candidatos indecentes.



Moreno em cena no espetáculo "Arte Oculta"

**RC — Cigarro?**

**Moreno** — Fumo, mas não faria propaganda de cigarro ou bebida. Tem que ter honestidade no produto e na comunicação.

**RC — O que diria aos publicitários?**

**Moreno** — Dou votos de louvor aos publicitários, porque tenho certeza de que não sobreviveria dentro de uma agência, nem um dia. Deve ser duro lidar com as vontades e idiosincrasias de cada cliente. São eles que, no fundo, determinam a cara da publicidade que a empresa vai ter. Se tenho algo a dizer é que ninguém é gênio sozinho, todo mundo é fundamental, e não adianta querer dar uma de estrela. Ninguém brilha sozinho, nem esfregando com Bombril.

**RC — Quais são suas técnicas pessoais de comunicação?**

**Moreno** — Se eu soubesse fazer marketing pessoal, com as oportunidades que já tive, poderia estar em um outro patamar da minha vida profissional. Não sei fazer essas coisas. Por exemplo, com o espetáculo de teatro do qual estou participando, a peça "Arte Oculta", não consegui usar meus contatos para abrir portas e descolar patrocínio.

**RC — O garoto Bombril é um peso para você?**

**Moreno** — Não, pelo contrário, é um grande cartão de visitas, mas eu o uso mal, me encho de escrúpulos e acabo não aproveitando da minha exposição.