

Sapo de Fora



"Acho que não sou muito influenciável, não"

Por **Cid Torquato**

RC — Qual a importância da publicidade no universo da comunicação?

GB — Não sei. Só tenho certeza de que não pode ser esnobada, porque, pelo pouco que observo, há pessoas muito criativas no ramo. Acho que meu maior contato com publicidade acontece nas poucas vezes em que vou à França. Porque lá vou muito ao cinema, e eles passam comerciais antes dos filmes; alguns eu sou obrigado a ver, para segurar meu lugar na sala. E sempre fico super impressionado com a qualidade. No Brasil, nos Estados Unidos e na Inglaterra, também, quando tenho algum contato leve, fico impressionadíssimo com a qualidade. Tenho certeza de que pessoas supercriativas trabalham nisso. Talvez minha falta de interesse venha de meus mecanismos de controle. Eu rejeito o que não posso escolher. Desde criança, não ficava no cinema antes de começar o filme porque eu não escolhia o telejornal, e aquilo me parecia maçante.

RC — Não tem contato com rádio ou TV?

GB — Não. Não ouço rádio, ouço música: os CDs que compro ou compilações feitas

Gilberto Braga — autor de novelas

por mim. Vejo pouquíssima TV, e sempre grava da, para pular os comerciais. Porque, assim, o que me tomaria uma hora em geral toma uns 40 minutos. Mas, nas raras vezes em que vejo os comerciais de TV, fico muito bem impressionado com a qualidade.

RC — Mas publicidade é cultura?

GB — Pela definição de cultura que aprendi no colégio, com certeza. Mas, sei lá! Essas são perguntas que eu não tenho a menor capacidade para responder. Nem terminei a faculdade. Vai pegar uma dona de casa no supermercado e tentar discutir Kant!

RC — Você gosta de publicidade?

GB — Não especialmente, mas também não desgosto. Como já disse, fico bastante impressionado com a criatividade das campanhas que vejo.

RC — Essas campanhas chegam a influenciá-lo?

GB — Acho que não sou muito influenciável, não. Mas é muito difícil a gente ter clareza se compra alguma coisa por causa da publicidade ou não. Recentemente, comprei uma cueca da marca tox-ist, certamente por causa da quantidade dos anúncios que vi. Por sinal, eles lembravam bastante os do Calvin Klein. Fiquei curioso de ver se era boa, já que estavam gastando tanto para divulgar. Aliás, não gostei muito, não. A cueca de que mais gosto, acho que é suíça, se chama Hamro, e não me lembro de ter visto nunca um anúncio da marca.

RC — Do que gosta na publicidade brasileira?

GB — Difícil. Mas me vem à lembrança uma campanha, belíssima, da Brahma, com ninguém mais, ninguém menos do que o João Gilberto. Essa eu achava sensacional.

RC — Do que não gosta?

GB — Não sei. Acho quase tudo que vejo realmente muito bem feito.

RC — Como autor de novelas, você tem uma certa relação com publicidade, não é?

GB — Sim, quando cumpro contratos de merchandising. Mas acho isso muito natural, porque é um bom meio para a emissora levantar recursos, que vão se transformar em coisas que melhoram minhas novelas, como cenários caros, figurinos bonitos, atrizes e atores... Também já fui convidado para fazer anúncios, poucos, e sempre recusei, porque não me sentiria à vontade. Certamente porque não gosto de aparecer.

RC — Como vê o crescimento do merchandising nas novelas?

GB — Tudo bem. Sem problemas. As pessoas não sabem, mas os autores, na Globo, podem ou não aceitar um contrato.

RC — Uma crítica constante ao merchandising, ou a misturar conteúdo e "publicidade disfarçada", é se seria ou não ético.

GB — Por que pouco ético? A Coca-Cola no "ET"? Calvin Klein em "De Volta para o Futuro"? Acho uma bobagem. Essas marcas fazem parte da cultura de suas épocas. Ética é um assunto que me interessa muito.

RC — Quais, então, seriam os limites éticos dessa prática?



"João Gilberto", da Fischer para Brahma

GB — Depende do caso. Eu já recusei contratos porque não me pareciam adequados a alguma novela ou personagem. Já recusei algumas poucas ações porque me pareceram pesadas. Mas isso é bem raro, porque o departamento de merchandising da Globo é de grande competência.

RC — E quanto à ética na publicidade?

GB — Só acho que consciência social deveria aparecer em todos os campos.

RC — Diria, então, aos publicitários, que deveriam ter mais consciência social?

GB — Não. Eles estão fazendo um grande trabalho. Pelo que conheço do ramo, o que digo é "parabéns".

RC — Quais são suas técnicas pessoais e profissionais de comunicação?

GB — Escrevo histórias como se estivesse contando alguma coisa a um amigo. Para mim, escrever histórias é muito parecido com conversar. A gente narra, descreve e eventualmente até defende idéias. Ou seja, sou sempre eu mesmo...



Quem aprecia conteúdo, sabe o valor da forma. Masa Artes Gráficas com corpo e alma

MASA
Artes Gráficas

TF [11] 5505 5543 / 5507 7979
masavirtual@uol.com.br
TRATAMENTO DE IMAGENS • FOTOLITO