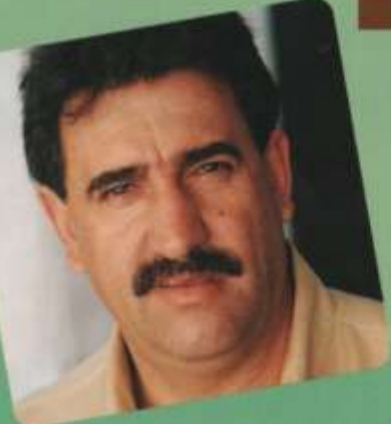


# Sapo de Fora



Por **Cid Torquato**

**E**xplico para o povo o que os intelectualóides não conseguem explicar."

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

**Ratinho:** Seja em rádio, televisão ou jornal, ela serve para informar e vender.

**RC:** Como vê a publicidade em relação a outras áreas do universo da comunicação?

**Ratinho:** Não me venha com essa de que publicidade é cultura. Cultura é cacete! Publicidade é para ganhar dinheiro. Publicidade metida a cultural não leva a nada. A prova são aquelas campanhas feitas para a Aids e afins, cheias de histórias e conceitos, mas que não funcionam. Publicidade é feita para vender. Quem pensa diferente são alguns desses publicitários metidos a bacanas, pseudointelectuais, que acham que estão fazendo arte.



Comercial da Cofap

**RC:** Publicidade é formadora de opinião?

**Ratinho:** Bem feita, ela forma opinião, sim.

**RC:** Tem influência no comportamento das pessoas?

**Ratinho:** Tem. Ela cria e modifica costumes. O cigarro Marlboro é o mais vendido no mundo pela beleza de sua publicidade, por fazer as pessoas se imaginarem participando daquelas cenas, com aquele homem de chapéu que monta a cavalo, etc.

**RC:** Você gosta de publicidade?

**Ratinho:** Adoro. Tanto é que abri um espaço no meu programa chamado o "Comercial Sensacional", para comerciais que chamam a atenção.

**RC:** Cite campanhas publicitárias que admira.

**Ratinho:** Da Cofap, aquela que tinha o cachorrinho que corria. Essa última da Antarctica. A própria Coca-Cola sempre faz coisas fantásticas. A "número 1", da Brahma, que é uma das melhores campanhas já feitas no Brasil. Parmalat! Esse tipo de comercial vou passar no "Comercial Sensacional". Vou mostrar filmes históricos, inclusive internacionais. Não quero fazer média com publicitário brasileiro. Meu negócio é mostrar trabalhos bem feitos e bonitos.

**RC:** Do que não gosta na publicidade atual?

**Ratinho:** Não gosto daqueles publicitários burguesinhos, que acham que programas populares não dão resultado. Por exemplo: como é que um cara, de uma agência como a da Brahma, da Antarctica, de qualquer cerveja,

vem falar que programa como o meu não funciona? Como não funciona, se o meu público toma cerveja? Meu público não toma uísque.

Meu público toma cerveja! É o mesmo público da Antarctica, o mesmo público da Brahma, dos produtos de consumo comprados em supermercados, é o mesmo público da novela. "Eu não quero ligar o meu produto àquele programa!" Qual é o problema? Venho liderando, muitas vezes com o dobro da audiência da Globo. Então, qual a diferença? Veja o sucesso dos produtos que eu anuncio, por exemplo. Como se explica isso?

**RC:** Como se explica?

**Ratinho:** Tem muito elitismo, uma besteira que tem que sair da cabeça dessa gente. Até agora não apareceu nenhum publicitário decente para mudar este quadro. Programas como o meu, o do Raul Gil, o do Leão, têm

**Ratinho** — apresentador de TV

audiência que justifica maior retorno publicitário. Muitas verbas vão direto para a Globo por falta de coragem do publicitário. Se o produto não vender à altura, a culpa é do produto, porque a Globo sempre vende. É falta de profissionalismo. Quem tem dinheiro não aplica nas outras televisões. Primeiro o dinheiro é da Globo; se sobrar, vai para os outros.

É aquela história: se o "Jornal Nacional" começar às 20h10 e o cara disser que são 20h, todo mundo volta o relógio. É impressionante! Mas, graças a Deus, estamos conseguindo quebrar isso. Podem me criticar, me chamar de pretensioso, mas isso começou a mudar quando meu programa entrou no ar na Record.

**RC:** Então sente-se rejeitado pelos publicitários?

**Ratinho:** Eu estou ferrado com esses caras! Acho isto uma bestialidade, uma hipocrisia, uma tonteira, falta de profissionalismo e de criatividade. Acho que está na hora de esses caras começarem a pensar que, quando estou falando na televisão, tenho 35 milhões de pessoas prestando atenção em mim. Por que o ministro Serra, da Saúde, veio ao meu programa? Porque sabia que falaria para 35 milhões de pessoas, senão não viria. Fiz uma campanha contra o bacalhau, contra a exploração do povo na época da Semana Santa, e em dois dias as vendas caíram 30%. Por que não anunciar no "Programa do Ratinho"?

**RC:** É perseguição?

**Ratinho:** Eu não sou do clube. Não sou de família, não sou filho de um judeu rico ou de um árabe de São Paulo, de fazendeiro, de rei do café. Se fosse, estaria sendo prestigiado, como hoje é prestigiado o Luciano Huck. O programa dele faz dois pontos no Ibope e todo mundo acha o máximo. O meu faz 30 e eles insistem em descer o pau.

**RC:** O que acha do conteúdo do seu programa?

**Ratinho:** Meu programa é indecente quando faz uma denúncia de crianças que estão morrendo de fome lá no Ceará. Mostrar a bunda da Tiazinha não é indecente? Não consigo entender essas coisas. É a mesma hipocrisia

com relação à Globo, que tem novelas, como aquela "Malhação", que praticamente instrui a meninada a transar. Porra! Não vou ficar aí refém de publicitário. Vou continuar a colocar a minha opinião dentro do meu programa.

**RC:** E nas mensagens publicitárias, do que não gosta?

**Ratinho:** Não gosto de enganação, daqueles cremes para celulite, dos truques para emagrecer, cartilagem de tubarão, de mentira. Acho que o Conar deveria se

preocupar mais com a propaganda que está tapeando o telespectador. Eu, pessoalmente, não faço publicidade de nada em que não acredite de verdade.

**RC:** Como vê a programação da televisão brasileira em geral?

**Ratinho:** Depois da TV a cabo, que trouxe um leque de opções, é normal que a TV aberta se popularize mesmo.

**RC:** Quais são os limites de um programa popular?

**Ratinho:** Minha maior contribuição é explicar as coisas para o Brasil. Explico para o povo o que os intelectualóides não conseguem explicar. No meu programa não tem maquiagem. É a vida como ela é. Não podemos continuar maquiando o Brasil aqui dentro, para nós mesmos. O povo tem que conhecer os seus direitos para deixar de ser explorado por meia dúzia de bacanas.

**RC:** Quais são suas técnicas pessoais e profissionais de comunicação?

**Ratinho:** Não tem técnica, não. É tudo natural. Procuro pensar que estou olhando no olho, que estou conversando com alguém, não com uma massa de pessoas. Aprendi vendo o Sílvio Santos fazer.

**RC:** Mais alguma mensagem para os publicitários?

**Ratinho:** Abram os olhos e coloquem uma coisa na cabeça: a partir de agora, programas populares é que terão vez na TV aberta. E mais: leiam antes os relatórios de audiência de todos os canais e programas para depois aplicarem a verba corretamente.



Comercial da Brahma