

Sapo de Fora



Rita Lee — roqueira, compositora e cantora



"Carrinho de Trombada", da W/ para Cofap

Por Cid Torquato

Se a publicidade tiverem méritos verdadeiros, eles podem até mudar um hábito; caso contrário, o modismo será substituído por uma nova embalagem, e eu fico só no camarim olhando o desfile passar. Mas, na verdade, depende muito do que se está vendendo. As campanhas das pontos-com, por exemplo, me parecem todas clonadas. Quem está começando a mexer com computador pode se deixar levar por um cachorrinho fofinho ou por um ator lindo, aí vai depender do gosto do freguês. Mas, se o reclame (adoro esta palavra!) de um molho de macarrão for bacana, mas a coisa tiver gosto de mofo, mofodeu... Concorde?



Anúncio da W/ para Bombril

RC — Qual a importância e a influência da publicidade se comparada a outras formas de comunicação?

Rita Lee — Se compararmos a um disco, por exemplo, a publicidade, rapidíssima, chega ontem na sua casa. Mas agora, falando sério, a publicidade tem uma super força, em geral maior do que o conteúdo ou o editorial de muitos veículos por aí. A publicidade brasileira chega a dar orgulho quando é bem feita e inteligente. Mas é um desserviço à humanidade agüentar a canastrice de certos garotos/cantores/ballarinos/apresentadores de TV/modelos/atores que emprestam seus "talentos" e inundam nossas vidas simplesmente porque estão na moda.

RC — Então, apesar de tudo, publicidade também é cultura?

Rita Lee — Oh, yeeessss! Sem dúvida.

RC — E pode ser vista como arte?

Rita Lee — Só se for como a arte (e a ciência) de enganar bem as pessoas. O que, se formos ser honestos, às vezes também acontece em música e em qualquer outra atividade.

RC — Você gosta de publicidade?

Rita Lee — Quando é boa, gosto muito. Adoro um bom jingle!

RC — Ela é referência em seu processo criativo?

Rita Lee — O que tem muito são esses refrões que grudam na cabeça da gente. Não raro acordo com um na cabeça e preciso me tocar para não passar o dia inteiro cantarolando hipnoticamente esses mantras publicitários.

RC — Do que gosta na publicidade brasileira?

Rita Lee — Ah, essa é fácil!

Tem os clássicos, como os filmes da Bombril, que o país inteiro cai de boca. O "tio" da Sukita é ótimo. O ratinho da "Folha" também. Gosto quando animais trabalham e roubam a cena do produto, como aquele antigão da Cofap e os mais recentes do iG. E, "last but not least", sou fã dos reclames da Brastemp.

RC — Do que não gosta?

Rita Lee — Tenho implicância com crianças "engraçadinhas" e chatas, como o Baby Celular. O tadinho virou um monstinho falando com aquela boquinha fake, um horror! Propaganda de supermercados é sempre absolutamente insuportável, os apresentadores são histéricos e felizes demais. Já estou cansada das de cervejas e refrigerantes, que têm sempre uma gostosinha de plantão. Haja falta de imaginação! As campanhas antidrogas são, na grande maioria das vezes, um convite ao crime, além de serem incoerentes e mal informadas. Ah, tem muita coisa ruim por aí...

RC — Como vê o uso da música pela publicidade?

Rita Lee — Como em todas as áreas, há os refrões de qualidade e os insuportáveis. Gosto, por exemplo, quando a música eletrônica é boa e consegue dar o tom certo da "modernidade"

que se pretende. Não gosto quando alguns fakes imitam, na cara dura, a voz de cantores e cantoras famosas. Isso é o fim da picada, ou, como diria o Boris Casoy, uma vergonha.

RC — Já teve alguma música sua usada em comerciais?

Rita Lee — Já, várias! Nem me lembro mais direito. Mas, de verdade, eu adoro trabalhar com essa gente de publicidade, de produção. Geralmente são muito objetivos.

RC — O que acha que poderia ser feito para melhorar a comunicação das empresas e melhorar a qualidade do material publicitário?

Rita Lee — Sei lá eu, meu! Em matéria de publicidade, eu sou público! Só acho que deveriam existir mais campanhas-denúncia, como, por exemplo, sobre os vários tipos de abusos que se fazem com animais pelo Brasil e informando sobre a Lei dos Crimes Ambientais. Há quanto tempo não vemos uma campanha séria sobre educação no trânsito, sem aquelas gracinhas que poluem o recado?

RC — O que diria aos publicitários?

Rita Lee — Honestidade é popular pra caramba!

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

Rita Lee — Bicho, não sei responder a esta pergunta, não. Quando componho, eu meio que psicografo músicas e letras. Minha "técnica" viria da "alma" e não tem hora marcada para o santo baixar. No palco, apesar

de um tablôide semanal de merda, que se diz a maior revista brasileira, ter publicado um dia desses que faço playback, assim como a Britney Spears (só esqueceram de dizer que eu também sou virgem!), só preciso que os equipamentos de amplificação funcionem direitinho para me comunicar. No mais é isso.



"Preciso me tocar para não passar o dia inteiro cantarolando hipnoticamente os mantras publicitários"

Revista da Criação — Na sua opinião, para que serve a publicidade?

Rita Lee — Eu gostaria de que a publicidade servisse para dizer a verdade, somente a verdade, nada mais do que a verdade sobre produto, idéia, serviço ou qualquer coisa que ela estivesse tentando vender. Ou ainda que, pelo menos, sempre tivesse um visual bonito e inteligente. Mas não, ela insiste em servir, na mídia, para atormentar o telespectador e criar mais poluição visual em tudo o que é lugar.

RC — Publicidade é formadora de opinião?

Rita Lee — Bom, vou contar uma historinha que exemplifica e responde, de viés, à sua pergunta. Hoje fui ao supermercado com a minha faxineira e fiel escudeira. Na hora de escolher um produto de limpeza, ela se lembrou de um que "na TV disseram que faz bem para as mãos". Enquanto isso, eu checava quais eram os biodegradáveis, antialérgicos e que não faziam mal para os animais. Geralmente, um quesito eliminava o outro. Acabamos comprando um de que nem ela nem eu tínhamos ouvido falar, mas era o mais aproximado do sonho de ambas.

RC — Partindo do "causo" de vocês, parece que a publicidade e os anunciantes têm deixado insatisfeitos os chamados formadores de opinião, que hoje em dia exigem, por exemplo, produtos de limpeza que não agredam a natureza.

Rita Lee — Olha, penso que, se o produto e



Cachorrinho do iG



"Bar", da Carillo Pastore para Sukita