

## **Cyber será mais difícil este ano**

*Hugo Rodrigues*

Hugo Rodrigues, diretor de criação da Salles Chemistry, será um dos jurados brasileiros na área de internet

Relacionado na short list do Cannes Lions 2007 com o anúncio "Colunas" para a General Motors, Hugo Rodrigues retorna ao festival como um dos jurados brasileiros na competição Cyber Lions deste ano. Graduado em mar-keting, dirige a criação da Salles Chemistry onde atende clientes como a GM, Teacher's, Itambé, Centauro, Agropalma, Abrac (Associação Brasileira de Concessionárias Chevrolet) e Banco Arsenal. "Acho que por isso sempre tive um compromisso muito grande com o resultado de uma campanha para o cliente. Qualquer trabalho antes de ser criativo precisa ser eficiente. Não somos pagos para ser artistas. Nem para aparecer mais que a marca dos clientes. Somos pagos para fazer o consumidor tomar uma atitude simples: comprar o produto que está sendo anunciado", argumenta Rodrigues. Veja os principais trechos da sua entrevista.

### **Internet**

"A internet atravessa o seu melhor momento desde quando surgiu. Caminha para ser o principal veículo de comunicação do mundo. Essa é a notícia boa. A ruim é que o Brasil perdeu velocidade tecnológica no último ano. Como jurado em Cannes nessa categoria, isso me preocupa."

### **Online e offline**

"Todo mundo hoje faz campanha 360°, incrível? Todo mundo tem idéias 'out of box', não é maravilhoso? Todo mundo hoje é online e offline, já ouvimos isso em algum lugar, não ouvimos? A verdade é que todos estão com o mesmo discurso e poucos estão entregando de verdade o que prometem. Minha intenção é sempre fazer uma comunicação para que o consumidor, antes de tudo, fique contagiado e se apaixone pelo que está sendo anunciado. Se eu vou ser online, offline, below the line, ou seja lá o que for, isso vai depender de estudar a situação do produto ou serviço naquele momento. E isso só tem um nome: planejamento."

### **Competitividade**

"Eu acho que enquanto existirem talentos como o Ricardo Figueira, a Suzana Apelbaum, o Mauricio Mazzariol, entre outros; sempre haverá uma grande chance do Brasil surpreender e conquistar Leões. Mas que 2007 será o ano mais difícil em Cyber desde quando a categoria foi lançada, isso será. A importância da internet hoje é a mesma que a da TV. E o nosso histórico de Leões em filmes não tem sido tão bom assim. É isso que torna o nosso trabalho como jurado mais excitante e desafiador."

### **Produção específica**

"Esse tipo de atitude é que desgasta cada vez mais a imagem dos publicitários com os anunciantes. Em primeiro lugar, uma campanha tem que ser criada para vender. Se ela ganhar prêmio depois de ter cumprido o seu papel principal, ótimo, perfeito, maravilhoso. Mas é um segundo passo. Quando se cria um 'fantasma' ele não tem compromisso nenhum com a venda, só com o prêmio. É por isso que cada vez mais os clientes desconfiam dos publicitários."

### **Lobbies**

"Eu acredito em trabalho. Sempre assumi o espírito de eterno aprendiz. Estou aberto para me renovar a cada dia e acredito que por isso os resultados têm aparecido. Tem uma frase do Nureyev que diz o seguinte 'Eu não quero dançar melhor do que ninguém. Eu só quero dançar melhor do que eu mesmo'. Por isso, não se preocupe com quem faz lobbie. Tente apenas se superar a cada novo dia que os resultados irão aparecer do mesmo jeito."

### **Publicidade hoje**

"A criatividade significa nunca imitar. Toda comunicação deveria ter algo de vanguarda, algo meio estranho, não digerível num primeiro momento. Mas infelizmente os próprios clientes impedem que isso aconteça. Na hora de aprovar, muitos clientes esquecem que também são consumidores no fim do dia, e que adorariam se divertir e se apaixonar por uma campanha

exatamente igual àquela que ele está reprovando por medo ou receio de errar. Só que o único jeito de surpreender o consumidor é com coisas inusitadas – o que obviamente envolve um risco."

#### Abordagem criativa

"A Salles colocou recentemente no ar uma campanha para a Rede Chevrolet vender os seminovos que entram na troca por um novo. Qual é a grande vantagem do consumidor comprar um seminovo de qualquer marca na Rede Chevrolet? A segurança. Comunicar isso era a nossa missão. Criamos um filme que mostrava uma velhinha vendendo o seu carro usado para um rapaz. Depois de realizar a venda, o consumidor descobria que por trás daquela inocente velhinha, havia uma impostora. A 'doce senhora' vendia carros usados para ajudar o pilantra do seu neto. O comercial foi um sucesso total. Recebeu milhares de visitas no YouTube. Foi comentado por todo mundo que assistiu. Agora, o mais importante mesmo foram os números: batemos o recorde do ano de vendas de seminovos na Rede Chevrolet. Em apenas dois dias, vendemos quase três mil usados. Conclusão: é ótimo ser criativo, é ótimo ter a sua campanha na boca do povo, mas o fundamental mesmo é fazer com que a sua campanha cumpra o papel principal, que é vender o produto ou serviço do seu cliente."

#### Preparação

"A maioria das pessoas acredita que é boa naquilo que faz. Isso é muito perigoso. Se você não acredita; continua estudando e trabalhando muito e o resto é consequência. É assim que tenho me preparado. O tempo todo questiono minha competência e estudo mais, pesquiso mais, observo mais. Cada um tem sua característica, mas você pode aprender certas coisas olhando quem você admira."

#### Expectativa

"Eu vou ter a meu lado no júri duas brasileiras superpremiadas na área: a Suzana Apelbaum e a Fernanda Romano. Apesar das dificuldades que já mencionei, tenho uma expectativa enorme. E também tenho uma certeza: não vai ser por falta de dedicação e amor que o Brasil deixará de trazer prêmios. Até eu estou confiante em ganhar mais um Leão."

#### Importância de Cannes

"Esse festival é a Copa do Mundo da publicidade. Não existe nenhum outro prêmio tão importante quanto Cannes. Se participar do evento já é enriquecedor e ajuda você a crescer profissionalmente; ser jurado é ainda melhor, pela chance que você tem de discutir sobre comunicação com jurados do mundo inteiro. São diferentes pontos de vista numa única sala. Não estou nem aí se vou trabalhar 12 horas por dia. O que vou aprender vai valer por muitos MBAs. E com certeza vai refletir no meu trabalho aqui quando eu voltar."

#### Salles Chemistry

"A Salles mudou a cara do varejo no Brasil. Uma agência que nunca está satisfeita, que é incansável, moldada a suor e dedicação. É uma alternativa para tantos modelos de agências iguais. Amo poder falar que a Chevrolet, um dos nossos clientes, é líder absoluta de vendas em São Paulo desde quando começamos a trabalhar para eles. Amo cada momento que estou dentro da agência. E amo principalmente a certeza de que ainda temos muito espaço para melhorar."

**Fonte: Propaganda & Marketing, São Paulo, 16 abr 2007. p. 17.**