

Os caçadores de TENDÊNCIAS

Como, à frente da **Nextrend**, os empresários **Carlos Alberto Parente** e **Ruy Nogueira** criam soluções inéditas para o mercado publicitário

JOSÉ SÉRGIO OSSE

OS EMPRESÁRIOS CARLOS ALBERTO Parente e Ruy Nogueira são conhecidos no mercado como publicitários. Isto se deve à sua formação e a anos de experiência em várias frentes no mundo da comunicação. Difícil, no entanto, é resumir em uma palavra a atividade que exercem à frente da Nextrend, empresa na qual são sócios há sete anos. De tão inovador, o conceito da companhia ainda precisa de uma breve explicação, que ambos farão com grande satisfação. É provável que a iniciem desenhando um triângulo. Numa das pontas estarão as empresas anunciantes. Em outra, os veículos de comunicação. Numa terceira, as agências de publicidade. A Nextrend estará no centro, detectando oportunidades e aproximando essas pontas através de soluções muitas vezes inéditas. "Temos capacidade de prestar um tipo de consultoria diferente, trabalhando os problemas e necessidades de nossos clientes de forma muito criativa", explica Parente, conhecido como Calé.

É justamente essa expertise que, em tempos de crise, tem alavancado os negócios da

"Muitas vezes, o que mais importa é a percepção que um produto tem junto ao seu público"

CARLOS ALBERTO PARENTE



O principal trunfo da Nextrend é o **Brand Quake**, um sistema inovador para obter informações sobre empresas e seus produtos

empresa. Segundo Calé, muitas vezes as empresas procuram sua agência com um problema que, após uma avaliação, acaba se tornando uma oportunidade para a mesma companhia. "O nosso primeiro trabalho é sempre detectar qual realmente é o problema", afirma. Embora atenda outros públicos, a maioria dos clientes da Nextrend é formada por empresas anunciantes. Em geral, explica Calé, elas procuram a agência com dúvidas sobre como apresentar produtos e serviços, ou mesmo sobre como agir em momentos delicados. "Cada cliente tem um problema específico e diferente. Para nós, não existe apenas uma forma de atuar", afirma ele.

A proposta da Nextrend é estar à frente do mercado, explorando sempre as mais novas tendências. A origem e o nome da empresa indicam esse caminho. Calé e Nogueira trouxeram o modelo de Londres, mas desenvolveram no Brasil um inovador sistema de obtenção de informações, o Brand Quake, com o qual conseguem fazer um preciso diagnóstico da percepção do público em relação à empresa ou suas marcas. "O Brand Quake realmente provoca terremotos nas empresas onde atua", afirma Nogueira. "Com ele, apenas os conceitos fortes e bem-estruturados é que ficam em pé para serem utilizados na estratégia que será recomendada aos clientes."

Por isso, mais do que apenas colocar os consumidores em contato com produtos e marcas, ganha força no trabalho da Nextrend a busca por soluções que levem a um engajamento entre as empresas e seus públicos. Assim, segundo Calé, **mais importante é o anúncio que gera uma participação ativa do consumidor, não apenas uma interação passiva, que cria uma ligação muito fraca e fácil de ser quebrada pelo produto de um concorrente.** "Muitas vezes, a realidade não é o mais importante para um produto, mas o que verdadeiramente importa é a percepção que ele tem junto ao público", afirma. Sem poder citar experiências de clientes próprios por motivos contratuais, Calé exemplifica citando o que ocorreu com a cidade do Rio de Janeiro. "Há 20 anos, ela era conhecida como a Cidade Maravilhosa. Essa era a percepção. Hoje, com toda a violência, quando se fala em Rio de Janeiro, pensamos em arrastões, tráfico. Essa passou a ser a percepção da cidade, embora ela ainda seja maravilhosa", afirma. Segundo Calé, em situações semelhantes com seus clientes, o papel da Nextrend é propor ações que resultem em uma mudança de percepção do público em relação à empresa cliente ou a algum produto dela. "No fundo, a síntese do nosso trabalho é criar percepções que gerem os resultados que nossos clientes querem", afirma o executivo.



CLAUDIO GATTI/AG-ISTÓE

"Provocamos um terremoto nas empresas. Apenas os conceitos fortes e bem-estruturados ficam em pé"

RUY NOGUEIRA