"Incomodo-me com ações de merchandising em filmes e novelas"

O cantor Ney Matogrosso, protagonista do longa-metragem Luz Nas Trevas: A Revolta de Luz Vermelha, não aprova a inserção de anúncios publicitários em obras artísticas da TV e do cinema

ANDRÉ LUCENA

Meio & Mensagem — Como é o seu relacionamento com a propaganda? Você assiste aos comerciais que passam na TV ou muda de canal?

Ney Matogrosso — Assisto à TV e gosto de um comercial ou outro. Não é tudo que presta, mas alguns são bem-feitos e despertam minha curiosidade. Sei da fama e da qualidade da propaganda brasileira.

M&M — A propaganda te influencia a comprar um determinado produto?

Ney — Não. A única coisa que talvez a propaganda tenha me influenciado a procurar foi uma TV de plasma. Contudo, quando cheguei perto não me interessei pelo produto. A propaganda me moveu, mas desisti.

M&M — O que você acha do tipo de propaganda feita em nosso País?

Ney — É considerada muito boa, mas não 100%. Não sei quem faz as propagandas e não tenho esse grau de intimidade por não ser envolvido com o assunto. De algumas gosto, de outras, não.

M&M — Você já participou de campanhas publicitárias ao longo de sua carreira?

Ney — Duas vezes. Uma era para arrecadar fundos para o Jardim Botânico; a outra, para a Sociedade Viva Cazuza. Doei os dois cachês. Também fiz campanhas contra a hanseníase, mas não existia cachê; não faço isso por dinheiro. Nunca fiz propaganda mesmo...

M&M — E chegou a receber propostas?

Ney — Recebi uma proposta de uma linha de produtos de maquiagem muitos anos atrás e achei bem interessante. Mas quando mandaram o texto, não gostei. Eu teria de dizer que as estrelas usam o produto e gesticular. Respondi: "Se vocês querem que eu faça essa campanha, eu apareço pintando meu olho e vocês mostram a marca". Mas eles tinham um texto ridículo e não aceitei.

M&M — Existe algum tipo de produto para o qual você não acharia legal emprestar a sua imagem?

Ney — Não faria propaganda de cigarro e bebida. Parei de fumar, portanto não faria sentido fazer uma propaganda de cigarro. Não gosto de álcool e não bebo, então estaria mentindo. Penso que para fazer alguma propaganda é preciso que seja alguma coisa verdadeira para mim, que eu acredite naquilo realmente.

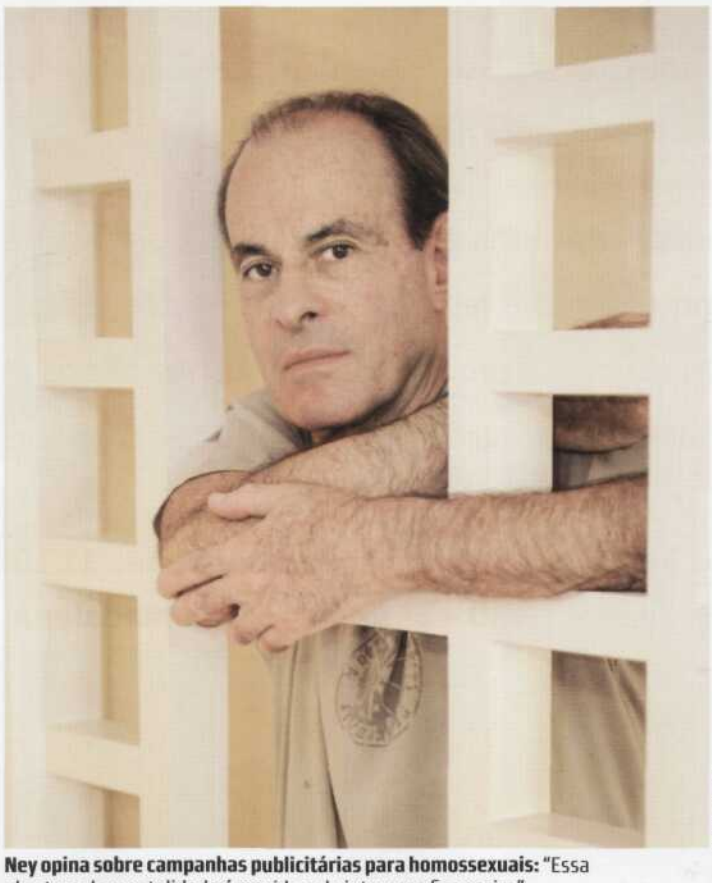
M&M — Qual sua opinião em relação aos jingles utilizados nas propagandas atuais?

Ney — Acho interessante, mas recentemente vi uma campanha com o João Gilberto e detestei. Pensei: "o que ele está fazendo ali?". Era uma coisa muito ruim, tão sem atrativo e sem apelo! Não adianta ser o João Gilberto se não fazem algo atraente.

M&M — As fantasias que você utiliza nas apresentações ajudaram no seu marketing pessoal durante sua carreira?

Ney — Claro. Eu sou o único artista brasileiro que as pessoas identificam com extravagância de figurino. Uso isso e não sou usado por isso. Eu mesmo determino o que será mostrado. Eu seleciono a foto que vai anunciar o show, as imagens que vão estampar o CD e o DVD. Tenho muita consciência do poder disso. Quem controla sou eu. Escolho o que me interessar mais e o que for mais compatível com aquilo. Agora, claro que isso não é apenas marketing. Existe um prazer da minha parte em me vestir dessa maneira. E sei que isso funciona no inconsciente das pessoas.

M&M — Você está fazendo o papel do Bandido da Luz Vermelha no filme Luz Nas Trevas: A Revolta de Luz Vermelha, que dará sequência ao título lançado em 1968 pelo cineasta Rogério Sganzerla e que se tornou um clássico do cinema brasileiro.



Paulo Múmia

Ney opina sobre campanhas publicitárias para homossexuais: "Essa abertura da mentalidade é movida pelo interesse financeiro"

Qual a diferença entre trabalhar como ator e cantor?

Ney — Cinema é o extremo oposto. Cinema é o mínimo de expressividade, de gestualidade. Para mim, é um exercício de contenção, de introspecção. E no palco é tudo para fora, para a última fila entender exatamente qual é a minha intenção. Ter que convencer, passar convicção e credibilidade é um exercício muito interessante para mim.

M&M — Com participações em um longa, um média e um curta-metragem no currículo de ator, você já se sente experiente e preparado para protagonizar um filme?

Ney — Eu não sabia se estava preparado ou não. Confiei na intuição da direção que me convidou (*Helena Ignez, viúva de Sganzerla, divide a direção com o cineasta Ícaro Martins*). Um dia desses assisti à maior parte do que já gravei e fiquei tranquilo, pois não vou passar vergonha. Sou muito crítico. O roteiro é muito bom e foi isso que me fez aceitar o convite. Já recusei outras propostas de cinema anteriormente porque não tive interesse.

M&M — Como foi gravar uma cena de nudez no filme?

Ney — A cena já estava no roteiro. Eu disse para a direção que não tinha nenhum problema moral com relação à nudez, mas quando eu ficava nu era em um momento proibido, em uma atitude política, contestadora. Hoje em dia, não vejo mais essa necessidade. Mas o diretor falou que precisávamos ver se iria funcionar ou não. Eu disse que tudo bem, que não tinha problema. Tirei minha roupa e fiquei de três a quatro horas nu, muito à vontade. Pedi para assistir à cena para ver o resultado. Penso que o nu frontal não deveria aparecer no filme. Sabemos o significado de um homem nu, ainda mais em um filme. Acho que vai desvirtuar a atenção e o foco vai mudar. O filme é muito interessante, não precisa disso.

M&M — Qual sua opinião sobre ações de merchandising inseridas em filmes e novelas?

Ney — Confesso que acho muito estranho quando vejo novelas e filmes fazendo isso. Incomoda-me e passa a não acreditar mais naquilo que está ali como ficção. Incomodo-me quando vejo um capítulo de novela e as pessoas saem com sacolas com nome de empresas expostos. Digo: "Estão me usando. Não estão me respeitando, pois não quero ver uma propaganda nesse momento". Esse merchandising grosseiro me incomoda.

M&M — Você e sua banda estão apresentando a turnê Inclassificáveis pelo Brasil e pelo mundo. Hoje, um cantor consagrado fatura com shows ou com a comercialização de CDs e DVDs?

Ney — Tiro meu sustento de shows. Acabou o disco e produtos derivados, não há mais controle da pirataria. Não posso contar com isso. Mas, como sempre tirei meu sustento de shows, isso não me pegou no susto.

M&M — Você já contou com patrocinadores em suas apresentações?

Ney — Nunca tive patrocinador, não sei por quê. O patrocinador sou eu. E não haveria nenhum problema para uma companhia anunciar em nossa apresentação, desde que eu acreditasse nela.

M&M — Qual sua opinião em relação às campanhas publicitárias voltadas ao público homossexual?

Ney — As empresas fazem, pois sabem que os homossexuais são ótimos consumidores. Essa abertura da mentalidade é movida pelo interesse financeiro e não porque a espécie humana evoluiu e respeita as diferenças. Não é por isso. É porque eles enxergaram uma faixa de consumidores muito interessante e atraente, com bom poder aquisitivo, sem filhos e sem mulheres. Na verdade, não podemos ter a ilusão de que o dinheiro move tudo. Não é evolução (*risos*). Mas não são somente essas campanhas. Hoje existem revistas, cruzeiros marítimos, coisas especificamente voltadas para gays.

MATOGROSSO, Ney. "Incomodo-me com ações de merchandising em filmes e novelas". **Meio & Mensagem,** São Paulo, ano 31, n. 1354, p. 84, 13 abr. 2009.