

Divã do Loducca

Publicitário assume seu lado jornalista e lança livro de entrevistas com colegas de profissão

FELIPE TURLÃO

Dois publicitários frente a frente. Celso Loducca no papel de entrevistador — ou de “Hebe Camargo”, como ele mesmo diz. Na outra ponta do “sofá” revezaram-se 12 grandes nomes do mercado brasileiro de publicidade. Essas entrevistas realizadas na Casa do Saber deram origem ao livro *Grandes*

Publicitários, editado pela Casa da Palavra (R\$ 49) e lançado por Loducca na semana passada.

Loducca toca em assuntos como modelos de agências, futuro do mercado publicitário, novas

mídias e liderança. Mas também pergunta sobre Deus, dinheiro, fama, sucesso, felicidade, fracas-

so e todos aqueles conceitos e valores com que os publicitários precisam questionar a cada dia de labuta em seus escritórios.

Para atrair quórum para a Casa do Saber, Loducca precisava de nomes “famosos”. Começou, no segundo semestre de 2009, com Washington Olivetto — “pai de todos dessa geração bastante bem-sucedida que é a minha”, explica o entrevistador. Também sob este critério foram ouvidos Nizan Guanaes, Marcello Serpa, Fabio Fernandes, Alexandre Gama e Roberto Justus.

Com o sucesso da iniciativa, Loducca chamou outros publicitários — “que podem não ter a mesma dimensão midiática no momento, mas que, certamente, foram ou são decisivos para a publicidade” —, para uma continuação da série no primeiro semestre de 2010. Assim, Alex Periscinoto, Roberto Duailibi e Julio Ribeiro representaram o grupo dos “pais fundadores”. Sérgio Valente e Luiz Lara encamparam a voz dos “novos líderes em ascensão vertiginosa”. E, finalizando, Eduardo Fischer, que não pode participar da primeira etapa.

Em suas 240 páginas, o livro mostra o que pensam e como agem alguns dos principais líderes do mercado nacional. Confira no quadro algumas das frases marcantes dos publicitários entrevistados.

O que eles disseram...

“A DPZ tem uma peculiaridade que só dá pra ter ali: uma enorme competição interna entre os sócios (...) É a única agência que perde contas para ela mesma”

Washington Olivetto

“Convivo bem com o fracasso porque acredito que nenhum fracasso pontual determina o destino”

Alexandre Gama

“Sou um chato. O homem insensato tenta adaptar o mundo a ele. O sensato adapta-se a ele. Sou do primeiro time”

Nizan Guanaes

“Hoje, o jogo (da publicidade) é muito mais tático, mais travado, defensivo, mais preso. Mas mesmo nesse contexto, vem o craque e no pequeno espaço do gramado ele faz a diferença”

Luiz Lara

“Os jovens têm um grande problema: eles são jovens! E, na nossa juventude, o que mais nos faltavam eram as certezas”

Julio Ribeiro

“Eu também era duro, alemão pra cacete. Era sim ou não, preto ou branco. O cinza me confundia”

Marcello Serpa

“Os criativos que me perdoem, mas uma boa cabeça de negócios ajuda bastante!”

Roberto Justus

“Às vezes, a propaganda se posta erroneamente. Em vez de paquerar, ela fala ‘E aí, vamos transar?’. Claro que não!”

Fabio Fernandes

“Hoje, lamento que a vida política e o poder estejam mais associados a temas, logotipos, jingles musicais e grandes eventos, do que prestação de serviço à população”

Roberto Duailibi

“Nosso poder de persuasão como publicitários está comprometido. Agora, pode ser que o consumidor não compre o peixe que eu quero vender”

Eduardo Fischer

“Todo mundo olha o dinheiro que a gente ganha em propaganda e ninguém olha o dinheiro que a gente gasta para fazer propaganda”

Sergio Valente

“O criativo deixou de ser um batutinha chato que chegava tarde na agência. Hoje ele participa da reunião com cabeça boa”

Alex Periscinoto

Foto