

19.4.49
OS QUE FAZEM ANÚNCIOS
RUBEM BRAGA

PASSEI o meu domingo mexendo e remexendo no texto de um anúncio. Era o anúncio de um produto novo, que vai ser lançado por uma firma industrial. Não sou nenhum perito nesse ofício, embora não me falte certa prática. Ou melhor: sei apenas o bastante para saber como é difícil...

Os americanos, que têm o gosto das regras, é que fixaram as normas do anúncio comercial. E essas normas funcionam. O redator tem de respeitar estes e aqueles princípios, tocar nestes e naqueles pontos.

Essas regras são fáceis de decorar e difíceis de aplicar. O leitor comum não pode imaginar que um pequeno anúncio é tão trabalhoso como um soneto. O poeta e o redator de anúncios não podem fazer como o jornalista ou o prosador comum, que usa as palavras com certa folga. Tem de medi-las, estudar-lhes com minúcia o sentido preciso, o som e o tamanho. Tem de examinar a frase depois de escrita, pesar sua força, limpá-la de todo o supérfluo, imaginar o efeito psicológico que ela poderá ter. O redator de anúncios deve estudar todos os argumentos de que pode lançar mão para convencer o leitor, pensar em tudo que vai sugerir a este, despertar nele a vontade de comprar, apelando para seu senso de economia ou de conforto, ou sua vaidade, ou seu desejo de êxito social ou amoroso, para qualquer um desses instintos ou desses móveis de ação. E para isso, de acordo com o produto ou serviço que

pretende vender, deve atender a mil pequenas circunstâncias, meditar sobre o estado psicológico do tipo de pessoas a que se dirige, seu sexo, seu nível social, sua idade, sua situação financeira, seus problemas...

Foi lentamente que se formou no Brasil a profissão do redator de anúncios; hoje temos um corpo de técnicos não muito grande, mas eficiente. Ele inclui, entre muitos profissionais que só são conhecidos dentro do meio publicitário, alguns escritores conhecidos como Orígenes Lessa, Guilherme de Figueiredo, Emil Farah para citar apenas estes.

O redator de anúncios ganha certamente mais que o redator de jornal; tem, entretanto, o horário de 8 horas e não o de 5, embora seu trabalho seja, comumente, muito mais árduo e cansativo.

Ontem mesmo, depois de passar algumas horas mexendo com um anúncio, tive de redigir uma notícia para um jornal de São Paulo. Batli página e meia à máquina com rapidez, quase com satisfação, como um sujeito que depois de andar muito tempo na areia fôfa chega a uma estrada de terra firme.

Valerá de alguma coisa para o escritor o "training" publicitário, com toda a sua minuciosa disciplina? Não lhe será esse "serviço militar" útil para desenvolver nele o senso de economia verbal, de precisão, de clareza, força de sugestão e de lógica? Em tese, sim. Na prática, porém, isso talvez dependa do temperamento do escritor. O homem que passa o dia inteiro escrevendo dentro de uma técnica tão estrita, em que se exige o máximo de imaginação aliado ao máximo de contenção e de respeito a fatores objetivos e utilitários — pode muito bem, em sua hora de folga, entregar à literatura, ter vontade de escrever coisas assim: "a lua de agosto semeava crisântemos e bicicletas verdes no abril de teu sonho de mariposa castanha..."

DN { 19.4.49
24.5.69

CM - 24.3.54

O Globo - 16.2.61

M - 675

RN { 238
586

C. Povo - 15.4.84

O Dia / SP - 3.2.90 (A lua semeava crisântemos)