

## Reunião dos ventos

Leandro Oliveira

A apresentadora de PowerPoint começou sua palestra indagando a plateia sobre campanhas de marketing bem-sucedidas de que se recordavam. Iluminada pelo retroprojetor que desenhava a logomarca da empresa sobre si, ela passou a falar a respeito da bem-sucedida campanha da agência para um bem-sucedido empreendimento, um shopping situado numa das regiões mais nobres da cidade, shopping que é hoje uma referência para todos aqueles que buscam o luxo e a sofisticação, um investimento de cinquenta e dois milhões, que faz dele (ou seja, do shopping) um dos cinco mais caros empreendimentos do ramo.

A apresentadora de PowerPoint afastou-se da luz da imagem, enquanto o retroprojetor substituía as palavras que apareciam, num efeito de cachoeira (isto é, com cada letra pingando da tela) e passava a montar um novo texto, num efeito de máquina de escrever (isto é, como cada letra sendo agressivamente fixada na tela), e começou a falar que, para um investimento desse porte, era preciso que o investidor se sentisse seguro, tendo a certeza do retorno financeiro. A apresentadora de PowerPoint então enfatizou que eles (isto é, os investidores) precisavam, portanto, de uma sólida empresa de publicidade, que seria responsável por uma criativa campanha de marketing que agregasse valor à marca, com o objetivo de construir um *case* de sucesso. Essa empresa, afirmou, *somos nós*.

A apresentadora de PowerPoint apontou a caneta que tinha na mão e um pequeno fecho de luz vermelha cruzou o ar até a tela, desenhando um pequeno ponto também vermelho no início da frase em destaque. A apresentadora de PowerPoint fez o ponto vermelho de luz sublinhar cada letra da frase iluminada pelo retroprojetor, enquanto a plateia lia AFINAL, O QUE ATRAI A ATENÇÃO DAS PESSOAS HOJE EM DIA? e, virando-se para o público, passou a dizer que num dia desses Joshua Bell tocou em público numa estação de metrô americana e ninguém deu a mínima, uma coisa terrível, claro, mas que mostra como é o mundo moderno. A apresentadora de PowerPoint caminhou novamente até a claridade da projeção e olhou a plateia, fazendo com que a luz penetrasse em seus olhos e fazendo também com que a imagem projetada tatuasse seu corpo, e perguntou quantas das mulheres presentes tinham recebido uma

cantada de um estranho naquele dia. Sem aguardar a resposta, a apresentadora de PowerPoint, sorrindo, pediu desculpas aos homens e afirmou que, na verdade, as mulheres são o grande atrativo publicitário desde sempre. Baseada nessa ideia, a campanha resolveu promover uma ação, contratando modelos para frequentarem o shopping durante 120 dias. A apresentadora de PowerPoint inclinou-se sobre a mesa, impondo uma imagem de segurança (conforme explicam os manuais destinados a melhorar suas apresentações em público), cruzou as pernas atrás de si (conforme sua experiência havia demonstrado ser um modo eficaz de os homens repararem nos seus belos sapatos vermelhos com salto agulha (sapatos reconhecidamente *sexy* (conforme o anúncio espalhado pelos *outdoors* da cidade) e continuou dizendo que o objetivo da campanha era transformar o shopping num templo da beleza.

Pausa.

Colocando-se novamente ao lado da projeção, a apresentadora de PowerPoint indicou que, em resultado da ação, houve um aumento do público masculino, que passou a escolher o shopping como a principal opção de lazer para a família. O crescimento do público frequentador do shopping refletiu um aumento de vendas significativo, atraindo novos investidores. Com isso foi possível passar a segunda etapa da campanha, que consistiu em fazer com que as modelos passassem a transitar pelo shopping portando sacolas de quaisquer lojas que desejassem atrair seu público-alvo. O público masculino que escolheu o shopping como principal opção de lazer para a família, com frequência levava sua companheira a um passeio e esta, em vista da rivalidade imposta pela grande beleza das modelos, tentava imitá-las (isto é, as modelos) por trajar roupas similares e por comprar nas mesmas lojas. A campanha apostou no conceito de que, quando moças bonitas são vistas num shopping, as mulheres tendem a achar que se tornarão também bonitas por usarem as mesmas jóias ou por se vestirem do mesmo modo.

A apresentadora de PowerPoint, dirigindo-se novamente para o centro da projeção, foi iluminada por um gráfico que indicava uma curva ascendente, em que o eixo de x representava os valores de vendas e o eixo de y, o número de dias de veiculação da campanha. A apresentadora de PowerPoint, com os braços estendidos e um largo sorriso no rosto, afirmou que os resultados que estavam sendo indicados indicavam que um investimento correto numa campanha de marketing poderia produzir não somente um retorno financeiro adequado às aspirações da organização como também um reforço na marca. A apresentadora de PowerPoint fez crescer o entusiasmo no tom da

apresentação, contaminando toda a plateia, enquanto se posicionava do lado oposto ao gráfico, que foi substituído pelas palavras que apareciam num efeito de bumerangue (isto é, com cada letra girando até se fixar na tela). A apresentadora de PowerPoint apontou novamente a caneta que tinha na mão e novamente um pequeno facho de luz vermelha cruzou o ar até a tela, novamente desenhando um pequeno ponto também vermelho no início da frase em destaque. A apresentadora de PowerPoint novamente fez o ponto vermelho de luz sublinhar cada letra da frase iluminada pelo retroprojeter, enquanto a plateia lia POR QUE NOS ESCOLHER? e, virando-se para o público, passou a dizer que o Cirque du Soleil renovou a arte circense através de um misto de competência, dedicação e intensa criatividade e que, no mundo moderno, para uma empresa estar à frente, é preciso dominar todos esses atributos.

A apresentadora de PowerPoint finalizou a palestra distribuindo aos presentes um *folder* que informava sobre os conceitos de visão (ser a melhor empresa de criação e marketing do país), missão (crescer, fidelizar clientes, melhorar a qualidade percebida pelos clientes e engajar fortemente colaboradores e parceiros) e valores (ética, inovação, melhoria contínua e trabalho em equipe) que a empresa adotava.

Após a apresentação todos os presentes aproveitaram para fazer o *networking* enquanto um vento morno invadia o ambiente tomado pelo frio ar-condicionado.